

# Wstęp

Wypowiedzi polityków od dawna stanowią cenne źródło wiedzy, zarówno o nich samych, jak i o tzw. klasie politycznej, dla badaczy, publicystów i obserwatorów życia publicznego. Dyskurs polityków cechuje występowanie specyficznych scenariuszy komunikacyjnych oraz strategii perswazyjnych. Ich barwne i nierzadko przekraczające przyjęte interdyscyplinarne granice etykiety wypowiedzi są szeroko komentowane i cytowane w mediach masowych, przyczyniają się do głębszych (lub płytszych) debat dotyczących spraw ważnych w danym okresie, a także stają się sławne, zahaczając często o kulturę popularną. W ten sposób politykom udaje się perpetuować komunikację na ich temat. Partie polityczne, świadome znaczenia medialności wypowiedzi, coraz częściej projektują komunikację na podstawie badań opinii publicznej. Dzięki temu do poziomu interdyskursu wynoszone są pewne symbole, wartości i interpretacje, które dotychczas funkcjonowały jedynie w obrębie wybranych dyskursów. Mediatyzacja zachodzi tym samym przy aprobacie i mediów, i polityków – obie strony działają w tym zakresie symbiotycznie.

Badanie wypowiedzi polityków daje możliwość opisanego społeczeństwa w nieco innym wymiarze. Stanowią one wszak – z uwzględnieniem ich zawartości merytorycznej i retorycznej, przez swoje dostosowanie, profilowanie i wreszcie zestandaryzowanie w celu zwrócenia uwagi jak największej liczby wyborców – o oczekiwaniach obywateli wobec osób zajmujących się polityką.

Zbytнім uproszczeniem byłoby jednak stwierdzenie, że scenariusze czy też wzory komunikacyjne wybierane są jedynie z uwagi na odbiorców i symulowane nastroje społeczne. Nie mniej ważny czynnik stanowić tu może wykorzystywane narzędzie – kanał komunikacji, który niejako wymusza zestandaryzowany kształt ostatecznego komunikatu. Za punkt wyjścia w niniejszej pracy przyjęto próbę rekonstrukcji i objaśnienia języka wybranych polskich partii politycznych i stosowanych przez nie zabiegów komunikacyjnych w ramach narzędzia, jakim są tzw. social media. Po wnikliwej analizie dostępnej na ten temat literatury skonstatowano, że w polskiej nauce można odnaleźć liczne przykłady badań nad językiem czy dyskursem polityki, które jednak w większości bazują na tradycyjnych nośnikach. Analizie poddawano sejmowe przemówienia polityków (w tym *exposé* premierów), wystąpienia na konferencjach prasowych, artykuły prasowe, oficjalne programy poszczególnych ugrupowań oraz inne komentarze krążące w standardowym obiegu. Niewystarczające i niewyczerpujące są natomiast próby bliższego przyjrzenia się coraz częściej używanym przez polityków nowym kanałom dotarcia do

wyborców, zapośredniczonym przez Internet. W tym zakresie interesujące jest, czy dzięki narzędziom, z których korzystają także politycy, wypracowano nowy, samoistny styl językowy, będący wyznacznikiem kształtującego się dyskursu; czy może internetowe wypowiedzi stanowią jedynie kalkę, służącą multiplikacji zaplanowanego odgórnie komunikatu. Za główny materiał analityczny do badań ujętych w tej książce przyjęto oficjalne wypowiedzi partii politycznych publikowane z użyciem narzędzi Web 2.0 – w tym przypadku social mediów, na przykładzie serwisu Facebook, który wciąż jest najpopularniejszym tego typu miejscem w sieci. Dodatkowo uzyskany materiał przeanalizowano pod kątem pojawiania się elementów aksjologicznych, odwołujących się do poszczególnych ideologii. Wymagało to przeglądu dostępnej literatury, któremu poświęcona została pierwsza część niniejszej pracy. Przyjęto hipotezę, że język partii politycznych w znacznym stopniu będzie bazować na obecności szeroko rozumianych wartości i innych środków językowych wykazujących charakter aksjologiczny, w tym także słów ważnych w obrębie danego dyskursu.

Kolejne założenie dotyczyło dezaktualizacji dualistycznego podziału ugrupowań politycznych na prawicę i lewicę, który powstał w czasach rewolucji francuskiej oraz był utrwalany w ubiegłych stuleciach, a stosowany jest nierzadko do dziś. Coraz częściej badacze i obserwatorzy systemu politycznego dostrzegają jego nieprecyzyjność i archaiczność, szczególnie w odniesieniu do polskiej sceny politycznej. Historyczny podział partii na prawicowe i lewicowe zakorzenił się mocno w okresie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, kiedy to władza na rzecz swojej strategii politycznej niejako zaanektowała tradycyjne wartości lewicowe do swojego języka. Stosowane później opozycje bazowały już na innych podziałach, wynikających z kolejnych doświadczeń w dziejach Polski lub ze skrętnie planowanego dyskursu mającego na celu podkreślenie zmiany (np. spór między III a IV RP). Aktualna scena partyjna nie daje się opisać według tradycyjnego podziału, gdyż poza Partią Razem trudno którekolwiek z ugrupowań jednoznacznie zakwalifikować jako prawicę lub lewicę.

Za relewantne dla niniejszej pracy przyjęto teorie konstruktywistyczne i systemowe koncepcje: teorię systemów społecznych Niklasa Luhmanna i ogólną teorię komunikacji Michaela Fleischera, które wyjaśniają wiele pokrewnych i niezwykle istotnych dla celów pracy zagadnień, jak m.in. symbole dyskursywne i kolektywne czy prace diagnozujące obecność i funkcjonalność konceptów oraz programów komunikacji w poszczególnych dyskursach.

Niniejsza książka ma ambicję wypełnić lukę w badaniach nad dyskursem politycznym i wypowiedziami polityków w social mediach. Za główny cel pracy przyjęto rekonstrukcję dyskursu polityków w okresie okołowyborczym. Do analiz wybrano rok 2015 – ważny

dla polskiej polityki z przynajmniej dwóch powodów. Po pierwsze, po ośmiu latach zmieniły się znacząco trendy wyborcze, w wyniku czego opozycyjna dotychczas partia Prawo i Sprawiedliwość uzyskała wynik wyborczy pozwalający jej jako pierwszej formacji w historii III Rzeczypospolitej rządzić samodzielnie, bez potrzeby wchodzenia w koalicję. Po drugie, był to rok obfitujący w kampanie wyborcze: w maju miały miejsce wybory prezydenckie, natomiast w październiku – parlamentarne. Analizie poddano drugi z okresów elekcyjnych, porównując wypowiedzi polityków w okresie kampanii wyborczej i po wyborach.

Partie polityczne chętnie udzielają się w Internecie ze względu na duży zasięg oraz stosunkowo niskie koszty publikacji. Serwis Facebook wpisał się wyraźnie w wyborczą agendę ugrupowań, to tam umieszczają one relacje ze spotkań, krótkie analizy bieżących wydarzeń, cytaty z wypowiedzi swoich przedstawicieli oraz materiały dotyczące ich największych osiągnięć. Mimo pewnego stopnia intencjonalności i refleksyjności publikowanych postów materiał ten stanowi cenne źródło wiedzy na temat języka oraz – szerzej – komunikacji partii politycznych. Dlatego to właśnie wpisy przeanalizowano w książce.

Dzieli się ona na dwie główne części. Pierwsza (rozdziały 1, 2 i 3) zawiera przegląd koncepcji i analiz dyskursu politycznego w Polsce, prowadzonych w zakresie teorii komunikacji i językoznawstwa oraz funkcjonowania narzędzi Web 2.0, w tym tzw. serwisów społecznościowych. W rozdziale 1 opisano stan badań reprezentujących stanowisko konstruktywistyczne, dokonano także przeglądu najważniejszych badań językowych i społecznych nad wartościami i językiem polityków, stanowiących cenne źródło inspiracji dla podjęcia omawianego tematu. W części opisującej podejście komunikacyjno-systemowe odwołano się do prac m.in. Niklasa Luhmanna, Ernsta von Glasersfelda i Michaela Fleischera dotyczących pojęć komunikacji, społeczeństwa oraz mediów, a także przytoczono przykłady badań z zakresu symboliki kolektywnej i dyskursywnej. W rozdziale 2 dokonano operacjonalizacji pojęcia social mediów oraz przeglądu definicji i typologii tego narzędzia. W części tej wyeksponowano krytyczne podejście do bezrefleksyjnego wykorzystywania terminów: media społecznościowe, media społeczne, social media, gdyż z uwagi na reprezentowane stanowisko nie można przyjąć, że faktycznie narzędzia czy serwisy tego typu sprzyjają konstituowaniu społeczeństwa. W rozdziale 3 odwołano się do polskich badań nad szeroko rozumianą komunikacją polityczną. Przytoczono często cytowane stanowiska Jerzego Bralczyka, Bogdana Walczaka czy Elżbiety Laskowskiej.

Rozdziały 4 i 5 stanowią część badawczą książki. W rozdziale 4 szczegółowo opisano metodykę prowadzonych analiz korpusowych oficjalnych kont wybranych partii

politycznych w serwisie Facebook, natomiast w rozdziale 5 zaprezentowano ich wyniki wraz z wnioskami. Rezultaty zestawiono z badaniami Michaela Fleischera nad symbolami kolektywnymi oraz konceptami i programami komunikacji, w celu rozpoznania zależności między interdyskursem a dyskursem politycznym. W części tej znalazła się też propozycja odejścia od nieprecyzyjnego i nieaktualnego podziału sceny politycznej na prawicę i lewicę wraz z prezentacją odmiennych wymiarów komunikacyjnych.

Niniejsza książka bez wątpienia nie wyczerpuje tematu, a badania opisują tylko jeden stosunkowo krótki okres wyborczy. Ambicją autora jest jednak rozpoczęcie debaty na temat opisów lokalizujących tudzież różnicujących partie polityczne nie (tylko) pod kątem podejścia ideologicznego, który w znaczącym stopniu jest jedynie deklaracyjny, ale ze względu na orientacje komunikacyjne, co zdecydowanie lepiej oddaje występujące na scenie politycznej antagonizmy między ugrupowaniami.

Książka nie powstałaby bez uprzejmej pomocy wielu osób, których zaangażowanie, wsparcie oraz rady i komentarz stanowiły wkład w jej ostateczny kształt. Szczególne podziękowania należą się prof. dr. hab. Michaelowi Fleischerowi, prof. dr. hab. Grażynie Habrajskiej, prof. dr. hab. Elżbiecie Laskowskiej, prof. dr. hab. Arkadiuszowi Lewickiemu, dr. hab. Michałowi Grechowi, dr. Marcinowi Pielużkowi oraz całemu Zespołowi Projektowania Komunikacji na Uniwersytecie Wrocławskim za wsparcie merytoryczne, źródłowe, organizacyjne i cenne uwagi recenzyjne, a także bliskim: rodzinie, przyjaciołom i znajomym, wszystkim razem oraz każdemu z osobna za zaufanie i cierpliwość niezbędne przy realizacji badań i pisaniu tej książki.