

Ewa Modrzejewska
Uniwersytet Warszawski

LÓGOS, ÉTHOS, PATHOS W PRAKTYCE MEDIALNO-POLITYCZNEJ. ŚRODKI PRZEKONYWANIA W CYTOWANYCH WYPOWIEDZIACH OPOZYCJI

Niniejsza analiza dotyczy zacytowanych przez dziennikarza wypowiedzi polityków opozycji, które wykorzystano w tekstach nawiązujących do sporu politycznego. Cytat jest narzędziem dziennikarza uatrakcyjniającym i uwiarygadniającym relację. Dla polityka opozycji to istotne narzędzie przekonywania do siebie wyborców. Z analizy wynika, że spośród trzech rodzajów argumentacji (*lógosu*, *éthosu*, *pathosu*) politycy i dziennikarze najczęściej odwołują się do *pathosu*, co wpływa na stan debaty publicznej.

1. Wstęp

Przedmiotem artykułu są wypowiedzi polityków partii opozycyjnych. Ich cechą charakterystyczną jest to, że pochodzą z relacji dziennikarskich odnoszących się w sposób pośredni lub bezpośredni do sporu. Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie, jakiego typu środki perswazji dominują w tekstach dziennikarskich w przypadku cytowanych wypowiedzi opozycyjnych polityków. Typologię i analizę materiału oprę na klasycznej triadzie: *lógos*, *éthos*, *pathos*.

Na początku omówię korpus i metodologię, następnie przywołam najważniejsze wydarzenia polityczne z okresu, który obejmuje zgromadzony materiał. W dalszej kolejności odniosę się do funkcji cytatu w materiałach dziennikarskich, co zilustruję przykładami. Zanim przejdę do analizy wybranych tekstów i wynikających z niej wniosków, przywołam niektóre interpretacje retorycznej triady *lógos*, *éthos*, *pathos*.

Cytaty pochodzą z korpusu, na który składają się relacje dziennikarskie opublikowane w trzech ogólnopolskich dziennikach opinii, to jest w „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Dzienniku. Gazecie Prawnej” (wcześniej

„Dziennik. Polska. Europa. Świat”). Korpus stanowi losowa próba wydań z okresu 2005–2009, na który przypadają po dwa pełne lata rządów partii: Prawo i Sprawiedliwość oraz Platforma Obywatelska wraz z koalicjantami. Próbę dobrano metodą *konstruowanego tygodnia* (Pisarek 1983: 119).

2. Cytat w relacji dziennikarskiej

Rolę cytatu w materiale dziennikarskim można rozpatrywać co najmniej z dwóch perspektyw. W pierwszej – użyty cytat dynamizuje, ożywia i urozmaica relację. Co więcej, umożliwia wprowadzenie treści ocennych, kontrowersyjnych, nacechowanych emocjonalnie – krótko mówiąc: przyciągających uwagę potencjalnego odbiorcy. W drugiej – cytat uwiarygodnia tekst, umożliwia odbiorcy bezpośredni dostęp do opinii, poglądów polityków.

Istotne przy tym jest zaufanie odbiorcy do dziennikarza, że ten rzetelnie przytacza wypowiedzi, to jest umiejscawia je w kontekście, który nie zniekształca przekazu. Szerzej pisze o tym Zbigniew Bauer (2000: 146–147):

*Sytuacja komunikacyjna, w której nadawca i odbiorca porozumiewają się za pośrednictwem medium prasowego zakłada zawarcie przez nich swoistej umowy: nazwijmy ją tutaj **patem faktograficznym**. Jej zawarcie nakłada pewne obowiązki nie tylko na odbiorcę, ale także na nadawcę. Po to, by była to umowa ważna, nadawca musi dochować kilku warunków, wśród których najważniejsze to: wierność przedstawianemu faktowi lub stanowi rzeczy, a także **szczegółowość i zwięzłość** [pogrub. – autor].*

Ponadto można oczekiwać od dziennikarza, że zacytowana zostanie osoba kluczowa z określonych względów dla danego tematu. Jeśli chodzi zaś o wypowiedzi samych polityków, również tych z opozycji, czytelnik może być przekonany, że – o ile dziennikarz nie zaznaczył inaczej – są one reprezentatywne dla całej partii, wyrażają jej stanowisko, linię argumentacyjną. Ich charakter przypomina metonimiczną relację *pars pro toto*.

2.1. Cytat a segmenty wypowiedzi dziennikarskiej

Cytat najczęściej umieszczany jest w treści relacji prasowej. Zgodnie z kanonicznym modelem *odwróconej piramidy* tak zwane głosy dopuszczone umieszcza się w komentarzach znajdujących się na końcu relacji (po nagłówku, leadzie

i epizodach). Jednak cytat może zostać wykorzystany (w całości lub zredegowany; jednokrotnie lub jako powtórzenie) w innych segmentach publikacji prasowej, na przykład: w nagłówku (w nadtytule, podtytule lub tytule właściwym): *Kolejne dni w niepewności (tytuł) Sejm | Pakt stabilizacyjny za dwa tygodnie, jeśli nie, wybory – ogłosił premier Kazimierz Marcinkiewicz. Mało kto liczy jeszcze na jakieś porozumienie (podtytuł)* („Rzeczpospolita”, nr 24, 28–29.01.2006); w leadzie (cytat rozpoczyna relację, często jest to kontrowersyjna wypowiedź oponenta, zawiązująca niejako spór): *Kto ponosi odpowiedzialność za państwo: prezydent czy rząd? Dziś mamy konflikty i chaos, więc trzeba zmienić konstytucję – uważają byli prezesi Trybunału Konstytucyjnego. I chcą dać politykom projekty.* („Gazeta Wyborcza”, nr 30, 5.02.2009); w wyimku (wyeksponowany graficznie na tle tekstu właściwego): *Nie będziemy wspierać PO na zawołanie w odrzucaniu prezydenckiego weta.* („Rzeczpospolita”, nr 247, 22.10.2007); w śródtytule (najczęściej w zredegowanej wersji): *Niedoszły marszałek wróży konflikt¹* („Rzeczpospolita”, nr 246, 20.10.2005); w podpisie pod zdjęciem²:

Ja też, będąc premierem, nie poszedłem na spotkanie z prezydentem. I nikt o tym nie wiedział. Może dlatego, że Kamiński nie był wtedy ministrem u prezydenta. On tę historię z Sikorskim wykorzystał, by podnieść rangę prezydenta i poniżyć ministra. Ale to Polsce korzyści nie przyniosło – wspomina Kazimierz Marcinkiewicz (...). („Rzeczpospolita”, nr 288, 10.12.2007).

2.2. Cytat – wykorzystanie w narracji

Jeśli przyjmiemy, że relacja dziennikarska jest formą narracyjną, cytat może być wykorzystany na różnych etapach budowania opowieści odnoszącej się do sporu. Otwiera tekst (jako element bądź całość nagłówka, leadu): narracja w relacji zostaje mu podporządkowana, cytat narzuca interpretację, „ustawia” strony sporu. Zamyka tekst (nie tylko pełni funkcję narracyjnego zakończenia, ale również bywa podsumowaniem opisywanej spornej sprawy):

Burza wokół Platformy cieszy jej przeciwników politycznych. Ryszard Kalisz z SLD

1. Pełna wersja zacytowanej wypowiedzi brzmi: „Niedoszły marszałek uznał, że obecna sytuacja zdecydowanie pogorszy atmosferę rozmów o utworzeniu rządu PiS – PO”.
2. Poniższy przykład stanowi graficznie wyeksponowany wyimek z tekstu, który jednocześnie pełni funkcję podpisu pod zdjęciem.

zastanawia się, jak to jest możliwe, że Piskorski, od najmłodszych lat zawodowy polityk, ma pieniądze na takie duże inwestycje. – Dla własnego dobra polityk Platformy powinien to wyjaśnić – mówi Kalisz. – Interesowność pana Piskorskiego jest powszechnie znana – komentuje Przemysław Gosiewski z Prawa i Sprawiedliwości. („Dziennik”, nr 8, 26.04.2006).

W powyższym przykładzie przytoczone wypowiedzi zamykają dziennikarski tekst poświęcony podejrzeniom gazety, że polityk Platformy Obywatelskiej inwestował więcej niż mógłby posiadać. Sama relacja stanowi rozwinięcie tematu ze strony tytułowej i jej główny ciężar położony jest na trzy sprawy: sprawę zarzutów wynikających z wyliczeń dziennikarzy, sprawę tłumaczeń polityka i sprawę wpływu tej sytuacji na partię. Na koniec materiału dziennikarze przytaczają komentarze polityków z innych ugrupowań politycznych. Szczególnie ostatnia wypowiedź jest ciekawa z tego względu, że sformułowany jest w niej sąd, który – choć eufemistycznie – jednoznacznie ocenia postawę przedstawiciela PO.

Omówiony przykład ilustruje inny aspekt warsztatu dziennikarskiego, mianowicie realizowanie przez dziennikarzy zasady obiektywizmu, czyli przytaczania poglądów wszystkich stron zainteresowanych daną sprawą. W wypadku relacji dotyczących prac rządu, zmian legislacyjnych czy prac Sejmu drugą stroną zwykle są politycy z ugrupowań opozycyjnych. Jednak nie w każdej sprawie cytaty drugiej strony ma charakter merytoryczny. Nie wnosi nowych treści informacyjnych, częściej wprowadza elementy ocenne, zwykle negatywne, podkreślające spór. Za przykład niech posłuży cytat polityka „opozycyjnego” wobec będących w sporze partii PiS i PO, zamykający tekst o tym, jak Prawo i Sprawiedliwość zarzuca pracowni badań społecznych pracę dla Platformy Obywatelskiej (tytuł: *Awantura o sondaże*): „Także SLD jest oburzony. – Niech PiS przestanie uprawiać politykę sondażową. Obrzucanie błotem kolejnej partii z tego powodu, że robi badania opinii to próba ograniczenia swobód – ocenia Wojciech Olejniczak, lider SLD”. („Dziennik”, nr 108, 25.08.2006).

Podobną funkcję pełni komentarz posła PiS do sprawy otwarcia przez Rosjan po dwóch latach swojego rynku na mięso z Polski: „Porozumienie z Moskwą ostrożnie oceniają politycy opozycji. – Zobaczymy, jakie będą koszty polityczne tego wydarzenia (...) – mówi Zbigniew Girzyński, poseł PiS”. („Dziennik”, nr 297, 20.12.2007), przy czym w tej kwestii autor wypowiedzi ani nie jest stroną w sprawie, ani nie wnosi żadnych merytorycznych treści, które poszerzyłyby

wiedzę czytelnika. Nawiązuje za to do sporu między PO i PiS.

O tendencyjnym dobieraniu drugiej strony, by podnieść atrakcyjność przekazu, piszą W. Russell Neuman, Marion R. Just i Ann N. Crigler (1992: 66). Twierdzą, że prowadzi ono do szczególnego podkreślania przez media konfliktu. Dodają, że obecnie w definicji dobrych praktyk dziennikarskich zawiera się przytaczanie wydarzeń za pomocą opinii ekspertów, które pozostają ze sobą w konflikcie.

Cytat jest częścią (pozornego) dialogu: wplecione w tekst cytaty pozostają ze sobą w relacji dialogu. Zdarza się, że dziennikarz ogranicza do minimum swój wkład w referowanie sprawy (nie umieszcza odpowiedzi na wszystkie podstawowe pytania dziennikarskie, to jest: *co?*, *kto?*, *kiedy?*, *gdzie?* i *dlaczego?*). Materiał składa się zaś z cytatów protagonistów i antagonistów, w tym również ekspertów i przedstawicieli innych instytucji. Przykładem, w którym materiał składa się głównie z wypowiedzi polityków, jest następująca wzmianka, przytoczona w całości:

Zaremba kontra Nitrzas (tytuł)

Senator Krzysztof Zaremba, który wystąpił z PO, ostro krytykuje tę partię (rodzaj leadu) W TVN24 starł się z posłem Platformy ze Szczecina Sławomirem Nitrasm. – Pół miasta się z pana śmieje – mówił do Nitrasa i zarzucił mu, że zamiast ratowania stoczni, zajęty jest budowaniem republiki kolesi. – Pan jest mitomanem – odpowiadał Nitrzas. („Rzeczpospolita”, nr 99, 28.04.2009).

Przytoczone wypowiedzi pochodzą akurat z programu telewizyjnego, co pozwala zweryfikować ich formę, kolejność i towarzyszący im kontekst. W wypadku relacji prasowych czytelnik nie ma pewności, że zacytowane słowa padły rzeczywiście jako odpowiedź oraz że osadzone są w zbieżnym kontekście. Musi w tej kwestii zaufać dziennikarzowi. A ten, dzięki odpowiednim zestawieniom, może przekazywać nie wprost dodatkowe treści, jak w poniższym przykładzie:

Platforma i PiS wciąż nie dogadały się w sprawie ratyfikacji unijnej umowy (nadtytuł)

Prezydent: Zgoda albo nie ma traktatu (tytuł) Sikorski: Propozycje PiS w sprawie ustawy o ratyfikacji traktatu lizbońskiego to tradycyjna dla polskich eurofobów synteza nieuctwa z paranoją (podtytuł). („Dziennik”, nr 66, 18.03.2008)

Przytoczenie w nagłówku, zapewne skróconych, wypowiedzi prezydenta

i ministra spraw zagranicznych sugeruje, że są one sobie przeciwstawne, co przyczynia się do dalej idących interpretacji (na przykład: prezydent reprezentuje PiS, a zgoda oznacza dla niego ustępstwa ze strony PO). Taką interpretację zestawionych cytatów umacnia dziennikarska zasada przedstawiania opinii dwóch (różnych) stron sprawy.

Skrajnym, aczkolwiek wcale nierzadkim, zabiegiem jest zestawienie w graficznej formie cytatu (zaczynającego się od myślnika, co konwencjonalnie oznacza wprowadzenie bezpośredniej wypowiedzi) fragmentów przemówień, które zostały w dużym stopniu zredagowane, a co za tym idzie – uproszczone lub nawet zmanipulowane przez dziennikarza. Przykładem jest następujący lead:

Ceny rosną, a posłowie debatują, co robić, żeby było taniej. A przede wszystkim: kto jest za drożyzną odpowiedzialny. – To wina rządu PiS – usłyszeli wczoraj od ministra finansów politycy partii Jarosława Kaczyńskiego. – Platforma musi obniżyć akcyzę na paliwo i zreformować finanse publiczne – odpowiada PiS. „Dziennik”, nr 173, 25.07.2008

Kiedy prześledzi się stenogram posiedzenia, okaże się, że przytoczone wyżej słowa w takiej formie nigdy nie padły. Długi i skomplikowany wywód (będący jednocześnie wypowiedzą argumentacyjną) ministra finansów sprowadza się w nagłówku do emocjonalnego (a więc nieracjonalnego) sądu, który podsyca spór i umacnia podział między PO i PiS.

Z jeszcze większym uproszczeniem zostały potraktowane słowa PiS. Zacytowana wypowiedź ma zwykle swojego konkretnego, „osobowego” autora (nawet jeśli pozostaje anonimowy i określany jest jako „nasz informator”). W tym wypadku autorem jest „PiS” i – paradoksalnie – jest to bliższe prawdzie, gdyż żaden z posłów tej partii takich słów na posiedzeniu nie wypowiedział. Co więcej, słowo „akcyza” nawet nie pojawiło się w oficjalnym stanowisku klubu wobec wystąpienia ministra finansów – znalazło się ono w dalszej części w pytaniach posłów do rządu. W zasadzie obydwie wypowiedzi powinny zostać opublikowane jako zreferowane, jednak postać pozornego dialogu wprowadza dynamikę do relacji i czyni ją atrakcyjniejszą.

2.3. Cytat – wprowadzenie w tekście

Wypowiedzi polityków mogą być w relacji dziennikarskiej: wprowadzone

jako cytaty (najczęściej rozpoczynają się od myślnika, rzadziej w cudzysłowie), zreferowane przez dziennikarza (jako mowa zależna), częściowo zreferowane przez dziennikarza, a częściowo zacytowane, przy czym fragmenty zreferowane mogą albo poprzedzać cytaty właściwe, albo występować po nim.

Szerzej omówiłam funkcje cytatów i ich miejsce w strukturze tekstu dziennikarskiego, czemu towarzyszyła refleksja dotycząca warsztatu dziennikarza, by dobitniej pokazać, jak wypowiedź polityka może być osadzona w relacji medialnej. Tego aktorzy sceny politycznej muszą być (i najczęściej są) świadomi.

W dalszej analizie nie będę już weryfikować tego, czy dziennikarz przytacza opinie polityków opozycji rzeczowo i zgodnie z prawdą, ale będzie mnie interesować, jakiego typu argumenty, odwołujące się do retorycznej triady *lógos, éthos, patos*, zawarte w wypowiedziach polityków opozycji, trafiają do audytorium.

3. Audytorium i rytualny spór

Politycy, wypowiadając się publicznie, są świadomi tego, że docelowymi odbiorcami ich komunikatów będą potencjalni wyborcy. Wymiana zdań między politykami, również ta zestawiona i cytowana przez dziennikarzy, często przybiera formę sporu bez szans na jego kompromisowe rozwiązanie. Co więcej, politycy w nadziei na zaistnienie w medialnych przekazach odpowiednio przygotowują swoje wypowiedzi (por. Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 1997: 13; Niesiołowski 2007: 113).

Autorzy *Rytualnego chaosu* (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 1997: s. 30–31), diagnozując polską debatę publiczną, stwierdzają: często dyskusje polityczne (zarówno te w mass mediach, jak i debaty w Sejmie) przekształcają się w nacechowany moralistyczną retoryką spór; spór rzadko jest zorientowany na poszukiwanie punktów wspólnych prowadzących do jakiejś formy uzgodnień; w sporze podkreśla się różnice, podziały, które zwykle przedstawiane są jako nieusuwalne; spór – zapośredniczony przez media – przeradza się w spektakl autoprezentacji; publiczne konfrontacje polityków przestają być dialogiem, polemiki przekształcają się w ciągi monologów, zrytualizowanych przez wielokrotne powtarzanie tych samych tematów i argumentów; dyskurs polityczny brutalizuje się; częściej politycy dyskredytują i symbolicznie degradują oponentów (oskarżają, potępiają, kompromitują); językowe środki definiowania intencji, sensu i skutków działań, a tym samym tożsamości przeciwnika, brane są nierzadko z repertuaru środków uznawanych za piętnujące i obelżywe; retoryka ostrego

konfliktu zasad moralnej słuszności wygrywa na polskiej scenie politycznego dyskursu z retoryką kompromisu w imię zasad instrumentalnej skuteczności.

Jak zauważają, ten zapośredniczony przez media spór ma charakter rytualny:

Ów proces, który można nazwać rytualizacją politycznego dyskursu, cechuje się swoistym akcentem istotności w kwestii kierunku oczekiwanych oddziaływań. Ekspresja tożsamości wypełnia lukę po ze zablokowanym przez roszczenie do jedynej słuszności, ostatecznej racji, lecz przestaje być zabiegiem obliczonym na przekonanie do niej oponentów na scenie politycznej – ci bowiem mają już swe własne niepodważalne racje – i kieruje się ku rzeczywistym i domniemanym zwolennikom (elektoratowi), w ogólności zaś ku masowemu audytorium, poszukującemu wyrazistych odzwierciedleń swych lęków i nadziei (1997: 34–35),

Warto jeszcze zaznaczyć, że różnica opinii jest immanentną cechą ustroju demokratycznego. Jednak w definicjach demokracji podkreśla się jednocześnie wagę dochodzenia przez przeciwne strony do porozumień – bez kompromisu działanie tego systemu politycznego nie jest w pełni skuteczne.

Podsumowując, politycy uwikłani są w wynikający z systemu politycznego spór, ale również ten spór rytualizują. Rytualizacja, choć oceniana jest jako zjawisko negatywne, skutkuje medialnym zainteresowaniem. Media chętnie cytują polityków, którzy są barwni, kontrowersyjni i wyróżniają się na tle innych. Choć powinny wspierać rzetelną dyskusję, często kierują się również chęcią zysku. Świadomy retorycznie polityk musi brać pod uwagę specyfikę pracy dziennikarskiej i liczyć się z tym, że dziennikarz wybierze do zacytowania z wypowiedzi polityka nie zawsze to, co ten uważa za najistotniejsze. Przy czym zakładam, że celem każdego komunikatu, którego autorem jest polityk, niezależnie od kontekstu, w którym pada, jest przekonanie wyborcy do siebie i poglądów swojej partii. Do przekonywania służą zaś środki perswazji, które mogą być opisane za pomocą retorycznej triady *lógos, éthos, pathos*.

4. Lógos, éthos, pathos

Według zasad klasycznej retoryki „proces retorycznego przekonywania charakteryzuje się szczególną celowością i obejmuje trzy główne sfery ludzkiego poznania, odczuwania i przeżywania: rozum, wolę i uczucia” (Korolko 1990: 45).

Odpowiadają im w kolejności pojęcia: *lógos*, *éthos*, *pathos*.

Powyższa triada przywoływana i interpretowana jest w wielu pracach poświęconych retoryce oraz współcześnie omawianym zasadom komunikacji (w tym również komunikacji masowej). Jej idea łączona jest z Arystotelesem, który pisał (*Retoryka*, 1356 a):

Środki przekonywania, uzyskane za pośrednictwem mowy, dzielą się na trzy rodzaje. Jedne z nich zależą od charakteru mówcy [éthos], inne od nastawienia, w jakie wprawia się słuchacza [pathos], inne jeszcze od samej mowy ze względu na rzeczywiste lub pozorne dowodzenie [lógos]. Przekonanie dzięki charakterowi mówcy rodzi się wówczas, gdy mowa wypowiedzana jest w sposób, który czyni mówcę wiarygodnym.

Lógos, *éthos* i *pathos* wymagają przyswojenia wiedzy z takich dziedzin, jak: teoria poznania, etyka i psychologia, a odpowiadają im trzy funkcje perswazyj (*tria officia dicendi*), to jest: funkcja informująco-pouczająca, zniewalająca i estetyczna. Przy czym skuteczność przekonywania zależna jest od przełożenia jednocześnie wszystkich funkcji na odpowiednie środki perswazyjne (Korolko 1990: 45–47).

Jedna z koncepcji rozwijających omawianą triadę zakłada, że tworzeniu skutecznego komunikatu perswazyjnego powinna towarzyszyć refleksja związana z trzema grupami pytań: o relacje między nadawcą, odbiorcą i komunikatem (odpowiedzi na pytania: co?, kto?, do kogo?, po co?, gdzie?); o efekt, jaki chcemy uzyskać wśród audytorium (*docere* – pouczyć dzięki apelowi do rozumu; *movere* – poruszyć dzięki apelowi do postaw moralnych, etycznych, *delectare* – wzbudzić pożądane uczucia u odbiorcy dzięki apelowi do wrażliwości estetycznej); o środki, za pomocą których chcemy osiągnąć cel, a więc czy odwołujemy się do *lógosu* (wartości i norm racjonalnych), *éthosu* (wartości moralnych lub etycznych) i *pathosu* (wartości emocjonalnych) (Lichański).

Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmuję, że środkami przekonywania są retoryczne dowody, które dzieli się na trzy grupy: logiczne (*lógos*) – opierające się na logicznym rozumowaniu; etyczne (*éthos*) – dotyczące charakteru, postaw, zachowań nadawcy komunikatu; patetyczne (*pathos*) – ich głównym zadaniem jest wywołać emocje wśród audytorium.

Inaczej mówiąc: *lógos* to środki perswazyj będące logicznymi argumentami wspierającymi poglądy nadawcy; *éthos* to środki perswazyj odnoszące się do kompetencji, wiarygodności, przymiotów charakteru mówcy, za pomocą których

nadawca przekonuje audytorium do zaakceptowania wygłaszanych przez niego poglądów; *pathos* to środki perswazji, za pomocą których mówca odwołuje się do emocji, które z kolei sprzyjają akceptacji poglądów głoszonych przez nadawcę (Verderber, Verderber, Sellnow 2011: 269).

Celem niniejszej analizy zgromadzonych cytatów będzie zweryfikowanie, który składnik triady jest szczególnie widoczny w wybranych przez dziennikarza wypowiedziach. Czy w relacjach prasowych, w których pojawia się pośrednio lub bezpośrednio spór polityczny, będzie on przedstawiony bardziej rzeczowo (dowody logiczne) czy bardziej emocjonalnie (dowody patetyczne), a może istotnym elementem będzie budowanie tożsamości wypowiadających się?

Zakładam przy tym, że dziennikarz celowo przytacza taką właśnie wypowiedź polityka i jego wybór nie jest bezrefleksyjny. Polityk natomiast może powiedzieć coś nierozważnie, pod wpływem emocji.

5. Analiza materiału

Niniejsza analiza jest z natury rzeczy subiektywną próbą oceny i klasyfikacji wypowiedzi polityków w oparciu o sformułowaną w retoryce opisowej retoryczną triadę *lógos*, *éthos*, *pathos*. Oparta przed wszystkim na intuicji badawczej, pozostaje do dyskusji.

5.1. *Lógos*

Zdaje się, że we wszelkiej dyskusji od poróżnionych stron oczekuje się racjonalnej argumentacji wspierającej własne stanowisko. Ta powinna się składać z konkluzji popartej wystarczająco wiarygodnymi przesłankami. W badanym materiale nawiązującym szeroko do sporu politycznego najtrudniej było znaleźć przykłady spełniające te założenia.

W relacji dziennikarskiej poświęconej ustaleniom Unii Europejskiej w sprawie definicji, czym jest wódka (wybrano szeroką definicję, niekorzystną z punktu widzenia polskich producentów), tekst podsumowywała następująca wypowiedź: „– *Przegraliśmy przy braku aktywności polskiego ministra rolnictwa* – powiedział „Rz” po głosowaniu Bogusław Sonik, eurodeputowany PO”. („Rzeczpospolita”, nr 142, 20.06.2007).

Można przyjąć, że wypowiedź opozycyjnego europosła jest próbą racjonalnego uzasadnienia – argument składa się z konkluzji („przegraliśmy daną sprawę”),

którą wspiera przesłanka („minister rolnictwa nie wykazał aktywności w danej sprawie”).

Mniej oczywistą formą argumentacji są pytania, jak w poniższym przykładzie:

Plan [dotyczący wprowadzenia kampanii informacyjnej na rzecz naturalnych metod planowania rodziny] ministerstwa [zdrowia] nie podoba się opozycji. – Dlaczego ministerstwo ma się zajmować edukacją seksualną? Czy niestosowanie kalendarzyka stwarza zagrożenie dla życia i zdrowia? – dziwi się posłanka Elżbieta Radziszewska (PO) z sejmowej komisji zdrowia. („Gazeta Wyborcza”, nr 277, 28.11.2006)

oraz zastosowanie trybu przypuszczającego, jak jest w kolejnym przypadku cytatu zamykającego relację prasową:

Politycy PiS nie obawiają się, że kolejne spoty krytycznie recenzujące rząd PO–PSL zostaną zaskarżone: – Gdyby tak było, wszyscy postrzegający PO jako partię otwartą, skłonną do dyskusji, przekonaliby się, jaka jest naprawdę – mówi „Rz” Joachim Brudziński. („Rzeczpospolita”, nr 99, 28.04.2009).

Mimo że w niniejszej pracy analizowane przypadki omawiam z punktu widzenia wybranego składnika triady, nie mogę pominąć takich przykładów, w których wykorzystane są środki perswazyjne przypisywane więcej niż jednemu składnikowi, jak w poniższym cytacie: *IPN wykonuje złą robotę, powiedziabym: krecią robotę, szkodząc Polsce, wpisując do polskiej historii pewne konkluzje, które nie miały miejsca.* („Dziennik”, nr 204, 01.09.2008).

Użyte przez Wojciecha Olejniczaka z SLD stylistycznie nacechowane, wartościujące elementy języka („krecia robota”, „szkodzić”) są środkami perswazyjnymi przypisywanymi *pathosowi*, a więc ich zadaniem jest wywołać wśród audytorium emocje.

5.2. Éthos

O ile środki perswazyjne odwołujące się do *lógosu* uważane są za merytoryczne, o tyle środki, których zadaniem jest podniesienie wiarygodności nadawcy lub oddziaływanie na emocje odbiorców, określa się jako niemerytoryczne taktyki argumentacyjne.

Głównym celem poniżej przytoczonych wypowiedzi jest budowanie odpowiedniego wizerunku mówiącego lub reprezentowanego przez niego ugrupowania. Przyjmuje to formę opisu działań, które nadawca wykonał lub których zaniedbał. To ma wskazywać na jego pewne cechy i walory (por. autoprezentacyjne taktyki atrybucyjne i repudiacyjne, Leary 2005: 29):

Premier Jarosław Kaczyński pogratulował zwycięstwa Tuskwowi, ale stwierdził, że główną przyczyną przegranej PiS była „dysproporcja sił medialnych”. – A i tak zdobyliśmy 5 mln głosów, o połowę więcej niż w poprzednich wyborach – mówił. Ten wynik przyniósł jednak PiS zaledwie 1 mandat więcej niż w 2005 roku. („Rzeczpospolita”, nr 247, 22.10.2007).

Powyższy cytat jest komentarzem lidera dotychczas rządzącej partii, która przegrała wybory. Mimo odniesionej porażki mówca chce zmanifestować swoją siłę. W podobnym tonie utrzymana jest wypowiedź tego samego autorstwa po ogłoszeniu wyniku wyborów do Parlamentu Europejskiego zacytowana w relacji pod tytułem *PO wygrała europarlament*:

Z sondaży wynika też, że partia Jarosława Kaczyńskiego poradziła sobie lepiej, niż wynikało z zapowiedzi przedwyborczych. – Nie jest źle. Byli tacy, którzy mieli swoje nadzieje, i my te nadzieje na szczęście zawiedliśmy – cieszył się prezes PiS po ogłoszeniu wyników. Gratulował wygranej Platformie. („Dziennik”, nr 133, 8.06.2009).

W kolejnym przykładzie wypowiedź również związana jest z wyborami – tym razem samorządowymi. W przedwyborczym okresie budowanie swojej tożsamości, a szczególnie umacnianie jej i krystalizowanie pod kątem oczekiwań swojego elektoratu, jest kluczową kwestią:

Atakując prawicowych prezydentów, odcinamy się od PiS. Zarzucaliśmy Wronie [odwołanemu prezydentowi Częstochowy], że z Częstochowy uczynił miasto pielgrzymkowe, a w Łodzi, że ratusz to sztab do walki o wolne w Trzech Króli – słyszymy w SLD. („Gazeta Wyborcza”, nr 271, 19.11.2009).

W materiale prasowym pod tytułem *PiS szykuje się do wojny z posłem Platformy* (nadtytuł: *Partie | Prawo i Sprawiedliwość chce nagłośnić konflikty z prawem Janusza Palikota*) dziennikarz bezpośrednio po leadzie przytacza następującą

wypowiedź: „– *Ale staramy się unikać tematów, w których lubuje się ten pajac, skupiając się na jego konfliktach z prawem* – mówi nam jeden z posłów PiS.” („Dziennik”, nr 93, 21.04.2009).

W relacji skupiono się na opisanu opracowywanej przez PiS strategii atakowania posła Janusza Palikota i PO. W przytoczonym przykładzie anonimowy – co istotne – poseł PiS z wyższością mówi o przeciwniku politycznym, jednocześnie deprecjonując go. Takie zachowanie językowe, wykorzystujące również środki perswazji ze sfery *pathosu* („pajac”) służy umacnianiu wizerunku mówcy. Podobna forma kreowania wizerunku osoby (partii), która jest intelektualnie i moralnie ponad prymitywnymi działaniami politycznego rywala, została zastosowana w kolejnym cytacie:

Jako próbę skonfliktowania partii posłowie odebrali też publikację „Aniołki i paprotki Kaczyńskiego i Tuska” zamieszczoną w „Dzienniku” 26 lutego. Anonimowy informator ogłosił w nim, że „w Klubie PiS trudno znaleźć panie, które dobrze wyglądają i mają coś do powiedzenia”. – Jestem przyzwyczajona, że w ferworze walki politycznej opozycja mnie obraża – mówi posłanka PiS Beata Kempa. – Tu jednak mamy do czynienia z czymś gorszym. Nie tylko obrażaniem posłanek PiS, ale także próbą ich skonfliktowania. Nie udało się. („Rzeczpospolita”, nr 59, 11.03.2009).

Co interesujące, relację opatrzone tytułem *PiS: wyrzucimy »szczura« z partii*. W całości dotyczy wewnątrzpartyjnego dochodzenia, który działacz rozpowszechnia informacje godzące w wizerunek PiS. Dziennikarz zdecydował jednak, by – obok cytatów dotyczących bezpośrednio poruszanej sprawy – umieścić wypowiedź zawierającą jednocześnie akt deprecjacji politycznego rywala.

W sprawnie funkcjonującym systemie demokratycznym aktorzy sceny politycznej powinni cechować się umiejętnością dochodzenia do kompromisów. Postawa koncyliacyjna jest zwykle dobrze oceniana przez wyborców, a w badaniach społecznych dotyczących cech dobrego polityka w podawanych odpowiedziach pojawiają się sformułowania typu „umiejętność rozwiązywania sporów” (*Jacy powinni być politycy?*: 1). Politykowi zależy jednak również na tym, by utrzymać wizerunek trwającego przy swoich poglądach. Poniższe dwa przykłady są próbą połączenia tych sprzecznych, zdawało by, się oczekiwań: „*Jestem gotów do debaty z każdym, ale pod warunkiem że prokuratura nie będzie angażowana do walki politycznej. W trakcie kampanii otrzymałem sześć wezwań na przesłuchanie – odpowiedział Ziobro*” („Dziennik”, nr 109, 11.05.2009), „*PiS nie wyklucza*

rozmów. – *Jeśli nasz apel o pokój zostanie wysłuchany i skończy się palikotyzacja polityki, to będziemy mogli rozmawiać z PO o zmianie konstytucji – powiedział nam rzecznik partii Adam Bielan.* („Gazeta Wyborcza”, nr 30, 5.02.2009)

Cechą charakterystyczną kolejnej grupy przykładów jest rola, w jakiej występują aktorzy sceny politycznej. W korpusie można wyróżnić takie wypowiedzi, w których politycy opozycji proszeni są o komentarz do sprawy, z którą nie są bezpośrednio związani. Dziennikarz przypisuje im rolę obserwatora życia politycznego, a ich opinie, a co za tym idzie, i wizerunek mają charakter ekspercki:

[Jeden z liderów SLD] – Po konferencji prokuratury Donald Tusk stracił pozycję »głównego narratora.« To już nie on definiuje główny spór na polskiej scenie politycznej. Chłopakom z PiS udało się wykreować nowy podział: »Kaczyńscy walczą z patologiami, nawet we własnych szeregach, cała reszta patologii broni, brudząc się w morzu brudu.« Duża część wyborców ten opis kupiła. („Gazeta Wyborcza”, nr 207, 05.09.2007)

Marek Biernacki (PO) wyjaśniał nam: – To głosowanie [o przegłosowanym przez LPR, SLD i PO sposobie wybierania szefa CBA przez Sejm, a nie przez premiera, jak chciało rządzące PiS] obnaża obawy posłów. Na prowincji często słyszę, że przed wyborami przyjdzie CBA, znajdzie coś na urzędującego burmistrza i zamiast niego zostanie wybrany »swój człowiek.« („Gazeta Wyborcza”, nr 69, 22.03.2006)

Jego zdaniem [Wojciecha Olejniczaka] zapowiada się ciekawy okres w polityce zagranicznej. – Prezydent się przyzwyczaił, że jeździ na szczyt, a teraz będzie chciał jeździć premier Tusk. („Rzeczpospolita”, nr 247, 22.10.2007)

– Nie ulega wątpliwości, że jest spór w koalicji [PiS, LPR, Samoobrona], Liga cieszy się z problemów, jakie PiS ma z tymi dwoma projektami ustaw – ocenia szef klubu PO, Bogdan Zdrojewski. („Dziennik”, nr 20, 24.01.2007).

Dziennikarze wprowadzają cytaty nie tylko za pomocą neutralnych czasowników (na przykład „mówić”, „stwierdzić” i tym podobne), ale również przy użyciu czasowników, które konotują dodatkowe treści. Grupując analizowane wypowiedzi, traktuję wybór dziennikarza jako wskazówkę interpretacyjną. W powyższych przykładach o roli eksperta przypisanej opozycyjnemu politykowi świadczą czasowniki „wyjaśnić” i „ocenić”.

Omówiłam cytaty, w których środki perswazyjne zostały wykorzystane przede

wszystkim do kształtowania *éthosu*. W niektórych przykładach istotne były również środki oddziałujące na emocje. Jak pisze Jerzy Ziomek (1990: 31):

Arystoteles posługuje się dwoma podstawowymi pojęciami, które dzisiaj znaczą coś innego i dlatego mogą być nader mylące. Pojęcia te – to éthos i páthos, to jest „charakter” i „uczucie”. Mówca w tym ujęciu nie jest bezosobowym dysponentem reguł przekonywania, lecz moralnie zobowiązanym podmiotem twórczym, którego postawa, zachowanie, czyli w tym sensie „charakter”, uczestniczą aktywnie w całej procedurze perswazyjnej. Éthos i páthos stanowią układ komplementarny (...).

5.3. Pathos

Ostatnią, najliczniejszą grupę stanowią cytaty, które w pierwszej kolejności wywołują u odbiorcy pozytywne lub negatywne emocje. Arystoteles (*Retoryka* 1378 a) pisze o afektach, „pod których wpływem podejmujemy inne niż zwykle decyzje; towarzyszy im przy tym przykreść lub przyjemność”. Do tej grupy zalicza między innymi: gniew, nienawiść i przyjaźń, lęk i odwagę wstyd i bezwstyd, życzliwość, uczucie litości, oburzenie, zawiść i ambicję.

Środkami perswazji oddziałującymi w sferze *pathosu* są przede wszystkim słowa i sformułowania nacechowane stylistycznie i emocjonalnie. Mogą do nich należeć obrazowe metafory, jak na przykład:

Do rozmów PO z PiS prawdopodobnie nie ma w tym momencie powrotu. Mało realnie wydaje się jakiegokolwiek porozumienie z Samoobroną i LPR. Partie szykują się do wyborów. – Musimy działać szybko, bo potulne dziś owieczki wkrótce rzucą się nam do gardła – mówi Adam Bielan. („Rzeczpospolita”, nr 24, 28-29.01.2006),

lub wyrażające stan emocjonalny mówcy, poruszające odbiorcę hiperbole:

Myśmy się znaleźli właśnie w takiej sytuacji. Mieliśmy przecież ten przegniły system III Rzeczpospolitej. Przegniły, a jednocześnie zaciekle wspierany przez media. No i mieliśmy straszny atak na nas i niezwykłą wręcz agresję ze strony opozycji – powiedział Jarosław Kaczyński. („Gazeta Wyborcza”, nr 167, 18.07.2008)

– *To, co robi była pani prezydent Hanna Gronkiewicz-Waltz, jest zamachem na praworządność. Pani Hanna Gronkiewicz-Waltz idzie na wojnę z rządem i całym państwem polskim – grzmiał radny PiS Maciej Maciejowski i alarmował, że „pani*

prezydent i jej czerwono-liberalna koalicja działają na niekorzyść miasta". („Dziennik", nr 46, 23.02.2007).

Mirosław Karwat we wstępie książki *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika* (2007), w której szeroko opisuje techniki dyskredytacji rywala politycznego, wskazuje na dwa główne sposoby zwyciężania w walce politycznej: dzięki wykazywaniu własnej słuszności, wyższości swoich atutów, osiągnięć itd. oraz dzięki podważaniu autorytetu, kompetencji, atrakcyjności rywala, i dodaje:

Zwykle uczestników gry politycznej kusi „droga na skróty”. Bo też najprostszy i najłatwiejszy w realizacji jest ten sposób zwalczania konkurencji, który wymaga jedynie i drobinę złośliwości, stronniczości i pomysłowości w ściąganiu innych w dół. Podkopywanie cudzego dorobku, pozbawienie kogoś szacunku, zaufania i poparcia może w zupełności zastąpić własny wysiłek programowy i praktycznym, pozytywną licytację dorobkiem lub pomysłami, w której musielibyśmy zaryzykować ocenę społeczną i porażkę, zwłaszcza wtedy, gdy sami nie mamy niczego lepszego w zamian (Karwat 2007: 13).

Akty deprecjonujące przeciwnika politycznego są szczególnie atrakcyjne z punktu widzenia dziennikarza, gdyż przyciągają uwagę czytelnika. Stąd też ich grupa w niniejszej analizie jest najliczniejsza.

Tego typu cytaty tworzą relacje poświęcone ważnym społeczno-politycznym tematom i – za sprawą dziennikarza – stają się na równi ważne z wypowiedziami merytorycznymi. Przykładem jest materiał z drugiej strony dziennika poświęcony programowemu wystąpieniu ministra spraw zagranicznych na forum parlamentu. Obok omówionych głównych kierunków polityki zagranicznej rządu pojawiły się dyskredytujące, niemerytoryczne wypowiedzi polityków:

Nie obyło się bez przytyków do poprzedniego rządu. – Do niektórych nie dotarło jeszcze, że Niemcy są dzisiaj naszym sojusznikiem – mówił Sikorski, wspominając o „topornych wystąpieniach twardej dyplomacji”. Opozycja nie pozostała dłużna: – Słowa, słowa, słowa – komentował Paweł Kowal (PiS). – Jest tylko monolog rządu i kpiny z innych poglądów.

Ze wsparciem szefowi MSZ pospieszili politycy PO. – Niektórzy w PiS tak twardo stoją na gruncie interesu narodowego, że dostali płaskostopia – ironizował Stefan Niesiołowski, wicemarszałek Sejmu. – Wolę być w partii z płaskostopiem, niż

mieć przetrącony kregosłup – odcinał się Zbigniew Girzyński z PiS. (...) – Od urzędującego ministra wymaga się, aby nie tylko pięknie mówił i modnie się ubierał, ale przede wszystkim przedstawiał konkretne założenia polityki zagranicznej – tłumaczy Girzyński (...). („Rzeczpospolita”, nr 107, 8.05.2008)

Przekaz nagłówka tej relacji jest niespójny. Choć tytuł właściwy – *Ostry spór o dyplomację bez prezydenta* – wskazuje, że głównym tematem relacji będzie spór (sic!), to po przeczytaniu podtytułu: *Debata w Sejmie* czytelnik mógłby oczekiwać przytoczenia racjonalnych i rzetelnych argumentów. Tymczasem wypowiedzi opozycji są ograniczone do aktów deprecjacji, ewentualnie krytyki. Nie ma zaś przekazu konstruktywnego, kontrpropozycji opozycyjnych sił politycznych.

Sposobom podważenia wiarygodności, autorytetu, kompetencji polityka towarzyszy różny poziom emocjonalnego „natężenia”. Przekaz może sprawiać wrażenie wyważonego emocjonalnie dzięki neutralnemu słownictwu i stylowi oficjalnemu:

– Brak profesjonalizmu i współpracy pomiędzy ministrem gospodarki i ARM wymaga głębszej refleksji nad sposobem kierowania resortem gospodarki przez koalicję PO–PSL – mówi poseł Maks Kraczkowski (PiS), wiceszef Sejmowej Komisji Gospodarki. („Rzeczpospolita”, nr 248, 22.10.2009);

emocjonalny charakter wynika nie tylko z samej treści cytowanego przekazu (w poniższym przykładzie jest to erystyczna technika „przyklejania etykietek”), ale również jest to efekt zastosowanego przez dziennikarza czasownika wprowadzającego narrację: *„Pan jest dużo sprytniejszy niż polityk – wypalił poseł PiS Arkadiusz Mularczyk. Były szef MSWiA zaczął od ataku na partię Jarosława Kaczyńskiego”*. („Rzeczpospolita”, 19.11.2008); wreszcie zacytowana może być inwektywa:

– Wiem, że się mnie boicie – rzucił prezes PiS. Po czym zaatakował marszałka Sejmu Bronisława Komorowskiego za to, że dopuścił do wystąpienia Kutza. – Pan się w ogóle nie nadaje do tej funkcji – mówił Kaczyński. („Dziennik”, nr 297, 20.12.2007).

„Przyklejanie etykietek” jest szczególnie częstym zabiegiem perswazyjnym w języku polityków. Jak pisze Marek Kochan (2005: 161):

Technika ta polega na zaliczeniu poglądów lub zachowania rozmówcy do kategorii, która będzie się odbiorcy źle kojarzyła i tym samym spowoduje odrzucenie poglądów tego rozmówcy, a dyskutanta używającego „etykiety” zwolni z konieczności zajmowania się niewygodną dla niego kwestią.

Kochan (1994: 87) wyróżnia trzy człony wypowiedzi zawierającej etykietkę, to jest: przedmiot etykietowania, obudowę i samą etykietkę. Zauważa, że obudowa może cechować się różnym stopniem kategoryczności. Najbardziej kategoryczną formułą jest „X to Y” (lub „X jest Y”), gdyż wskazuje na arbitralne przyporządkowanie cech. Przykładami tak zbudowanych wypowiedzi są następujące cytaty:

Były szef resortu sprawiedliwości Zbigniew Ziobro, który zna projekt, nie przebiera w słowach. – Pomysły Ćwiąkalskiego to recepta na degradację prokuratury – stwierdza. („Rzeczpospolita”, nr 42, 19.02.2008);

Posłowie PiS zapowiadają walkę w obronie prezydenta. Dziś na specjalnej naradzie chcą ustalić strategię. Przyznają jednak, że są bezsilni, bo Platforma Obywatelska ma w komisji większość. – To, co planuje PO, to czysto polityczny atak – komentuje Beata Szydło, wiceszefowa komisji z PiS. („Rzeczpospolita”, nr 247, 21.10.2008);

– To kompromitacja rządu – ocenia z kolei Sławomir Kłosowski, wiceminister edukacji w rządzie Jarosława Kaczyńskiego. – Ustalenia z Kościołami były tak zaawansowane, że nie można się już z nich wycofać. („Rzeczpospolita”, nr 288, 10.12.2007);

Sprzymierzeńcy PiS i reszta (tytuł) Polityka | LPR i Samoobrona zapewnią nietykliwość ministrów rządu PiS i marszałka Sejmu. W zamian PiS wstrzyma się na razie z ogłoszeniem wyborów. – To pakt o destabilizacji stabilizacyjnej – ocenia Jan Rokita (PO) (podtytuł) („Rzeczpospolita”, nr 29, 3.02.2006).

Ostatni cytat jest o tyle ciekawy, że w treści relacji dziennikarskiej, którą opatrzone powyższym nagłówkiem, ani nie ma kontynuacji wypowiedzi Rokity, ani nawet się do niej nie nawiązuje. Cytat z podtytułu stanowi autonomiczną całość. Niemniej z relacji w serwisach informacyjnych (na przykład portalu „Pulsu Biznesu”) wiadomo, że polityk opozycyjnej wtedy Platformy Obywatelskiej przygotował dłuższy komentarz, który składał się z merytorycznej i pozamerytorycznej argumentacji. W materiale dziennikarskim „Rzeczpospolitej” skrócono

jego wywód do efektownego i lapidarnego bon motu.

W innym przykładzie dziennikarz pisze przy okazji tak zwanej studniówki rządu Donalda Tuska o kolejnych konferencjach, które były z tego powodu zwoływane zarówno przez polityków koalicji rządzącej, jak i opozycji. Relacja opatrzona jest zdjęciem senatora PiS – Andrzeja Mazurkiewicza, a jego wypowiedź wyróżnia się graficznie na tle zasadniczego tekstu: *Obchody stu dni koalicji i rządu to coś między szopką noworoczną a wielkanocnymi jajami*. („Rzeczpospolita”, nr 42, 19.02.2008). Ten cytat oddaje charakter całego materiału dziennikarskiego, w którym autor skupia się na tym, kto kogo i na jakiej konferencji skrytykował lub obraził. Tak skonstruowana relacja świadczy zatem nie tylko o poziomie polityków, ale również o jakości warsztatu dziennikarskiego.

Omówiona technika erystyczna jest elementem rytualnego sporu politycznego. Niemniej zdarza się również, że politycy formułują ostre oceny i stawiają poważne zarzuty:

– *Minister kłamie, z całą pewnością kierował tą akcją. Pora zmienić wywiady na zeznania – uważa Szmajdziński*. („Rzeczpospolita”, nr 192,18–19.08.2007);

„*Pawlak powinien stanąć przed Trybunałem Stanu*” – oburza się na swojej stronie internetowej europosł Janusz Wojciechowski i dodaje: „*Stawiam dukaty przeciw żołędziom, że sprawa była od początku ukartowana. Spółka nie miała wymaganych rezerw paliwa, za co prezes Agencji Rezerw Materiałowych Aleszczyk ukarał ją prawie półmiliardową grzywną. Przy tym ukaraniu jednak niby się pomyliła i zamiast nałożyć tę karę jako Agencja, nałożył ją osobiście jako prezes*”. („Rzeczpospolita”, nr 248, 22.10.2009).

W poniższym przykładzie zarzut wobec rządzącej partii jest emocjonalnie wzmocniony kwantyfikatorem „wszystko”, choć w warstwie merytorycznej ten zaimek osłabia skuteczność argumentacyjną:

PiS i PO chcą przekuć na własny sukces polityczny przyznaną nam organizację mistrzostw (nadtytuł) Wygrana Polski dzieli partie (tytuł) Przyznanie Euro 2012 to sukces rządu – mówią posłowie koalicji. PiS wszystko obrzydliwie konsumuje – odpowiada poseł Drzewiecki z PO (podtytuł) („Dziennik”, nr 93, 20.04.2007).

Ten sam kwantyfikator został użyty w następnej wypowiedzi. Ponadto,

w tym przypadku istotnym elementem perswazyjnym jest sformułowany przez mówcę sąd asertoryczny: „propozycje zmian (...) spowodują konflikt”:

Krytyczny wobec pomysłów Ćwiakalskiego jest Zbigniew Ziobro. – Uważam, że mój następcza robi wszystko, żeby ubezwłasnowolnić prokuraturę. Na dodatek propozycje zmian w wynagradzaniu prokuratorów spowodują konflikt między środowiskiem sędziowskim a prokuratorskim – mówi były szef resortu sprawiedliwości. („Rzeczpospolita”, nr 42, 19.02.2008)

Polityk odnosi się do przyszłości, jakby przewidywane przez niego wydarzenia były faktem. Kategoryczność subiektywnego sądu sprzyja oddziaływaniu na sferę *pathosu* – im sądy wyrażane są w bardziej kategorijski sposób, tym silniejsze wywołują uczucia u niezgadającego się z daną tezą odbiorcy.

Na koniec przytoczę cytaty, który za sprawą lakonicznej formy pozostawia wprawdzie pole do interpretacji, ale przywołanie w nim nazwiska komunistycznego działacza ma jednoznacznie konotować: „[Godzina] 14.01 (...) W Sejmie swoją konferencję rozpoczyna prezes PiS. – *Wrócił duch Kiszczaka!* – mówi.” („Dziennik”, nr 173, 25.07.2008).

Dodatkowym wzmocnieniem jest zastosowane przez dziennikarza wykrzyknienie. W ten sposób środki perswazyjne przynależne *pathosowi* zastępują rzeczową argumentację, również kwestie związane z budowaniem wiarygodności mówcy zostają zredukowane.

6. Wnioski

Przedstawiłam analizę zacytowanych wypowiedzi polityków opozycji, które zostały wykorzystane przez dziennikarza w części informacyjnej dziennika. Teksty dziennikarskie poświęcone były sporowi politycznemu lub nawiązywały do niego.

Wychodząc z założenia, że każda wypowiedź polityka służy bądź przekonywaniu do siebie potencjalnych wyborców, bądź umacnianiu swojego elektoratu, a więc istotną rolę odgrywa w niej perswazja, wykorzystałam retoryczną triadę *lógos, éthos, pathos* do analizy wybranych ekscerptów. Jej celem była próba odpowiedzi na pytanie, na jaki rodzaj dowodu retorycznego położony jest nacisk w cytowanych wypowiedziach polityków opozycji.

Przyjęta metoda, jak i wynikający z niej subiektywny podział materiału,

mogą być dyskusyjne, niemniej z analizy wynika, że najczęściej wykorzystywana argumentacja odnosi się do *pathosu*. Oddziaływanie na emocje często towarzyszy również wypowiedziom z dominantą *éthosu*. Najbardziej czytelnik ma do czynienia z argumentacją merytoryczną. Dzieje się tak za sprawą i dziennikarzy, i samych polityków opozycji.

Zważywszy na funkcje, jakie cytat pełni w relacji dziennikarskiej, można się spodziewać, że dziennikarze najpewniej wybiorą cytaty, które – zgodnie z zasadą rzetelności – najlepiej będą reprezentować stanowiska stron, będą rzeczowe i na temat; – zgodnie z potrzebą zwiększenia atrakcyjności tekstu – będą kontrolerskie, zabawne, szokujące, dosadne, barwne, z elementami deprecjonującymi przeciwnika wypowiedzi.

Niniejsza analiza wskazuje na to, że dziennikarze działów politycznych dzienników częściej decydują się na wykorzystanie drugiego typu cytatów. Przy tym ingerują w formę wypowiedzi (poddając ją redakcji) oraz mogą narzucić czytelnikowi ich interpretację dzięki umieszczeniu cytatu w danym kontekście. Subtelniejszym sposobem jest użycie czasowników, które nazywam „narracyjnymi”. Służą one do wprowadzenia cytatów w narracji dziennikarskiej i mogą być nośnikami perswazji. Obok czasowników neutralnych, takich jak: „mówić”, „stwierdzić”, „uważać”, „ogłosić”, „dodawać”, dziennikarze wykorzystują do nazwania aktu mówienia czasowniki wyposażone w dodatkową treść. Można je pogrupować według retorycznej triady.

Czasownikami wzmacniającymi argumentację *lógosu* są: „przekonywać”, „argumentować”, *éthos* budują: „pouczać”, „oceniać”, „ripostować”, „komentować”, „wyjaśniać”. Najliczniejszą grupę stanowią czasowniki odwołujące się do *pathosu*, często zabarwione emocjonalnie: „cieszyć się”, „grozić”, „mówić oburzony”, „rzucić”, „zaatakować”, „alarmować”, „ironizować”, „wypalić”, „nie przebierać w słowach”, „odciąć się”, „kwitować”.

Niekiedy wybór czasownika może być dyskusyjny, jak w przykładzie: „– *Jeśli nas rząd nie posłucha, poprzemy prezydenckie weto, tak jak przy ustawie medialnej – grozi Olejniczak.*” („Gazeta Wyborcza”, nr 246, 20.10.2008).

Typowe dla demokracji realizowanie przez ugrupowania własnych interesów politycznych jest ujęte przez pryzmat szantażu. Sugerowana groźba – choć podnosząca atrakcyjność tekstu – wypacza rozumienie mechanizmów rządzenia, na które składają się różnego rodzaju kompromisy.

Użyty czasownik może być również niespójny z zacytowaną treścią:

Były marszałek Sejmu [Ludwik Dorn] do nowej inicjatywy politycznej [koło poselskie Polska Plus] podchodzi bardzo poważnie. – Polska Plus chce się przeciwstawić jałowym sporom PO i PiS – przekonywał Dorn. („Rzeczpospolita”, nr 248, 22.10.2009).

W definicji słowa „przekonywać” zawiera się element dowodzenia słuszności lub prawdziwości czegoś (*Słownik języka polskiego PWN*). W powyższym przykładzie przytoczona jest deklaracja. Według wskazówki interpretacyjnej zawartej w czasowniku należałoby ją traktować jako element dowodzenia – trudno jednak stwierdzić, do czego ma ona przekonywać.

Ostatni przykład posłuży mi do zilustrowania przypadku, kiedy dziennikarz, upraszczając wypowiedź i wprowadzając ją nacechowanym czasownikiem, zmienia jej charakter. W materiale poświęconym pracom kancelarii prezydenta Kaczyńskiego nad nowymi ustawami przytacza się komentarz przedstawiciela rządzącej PO: „Co na to PO? – Prezydent ma uprawnienia legislacyjne, więc może z nich korzystać. Poznamy to po owocach – komentuje Waldy Dzikowski, wiceszef Klubu PO. – Nie zapowiemy wobec tych propozycji weta”. Jednak w wyróżnionym leadzie, który z nagłówkiem ma przyciągnąć uwagę czytelnika, ta wypowiedź, odpersonalizowana, wygląda następująco: „Kancelaria Prezydenta intensywnie pracuje nad projektami nowych przepisów – dowiedziała się „Rz”. – *Poznamy je po owocach, weta z góry nie będzie – ironizuje PO*”. („Rzeczpospolita”, nr 42, 19.02.2008).

Trudno stwierdzić, na jakiej podstawie dziennikarz orzekł o ironicznym charakterze komentarza Dzikowskiego. Takie wprowadzenie cytatu sugeruje drwinę lub pozorną zgodę mówcy z treścią swojej wypowiedzi i zdaje się być niezgodne z intencją polityka.

Politycy nie mają wpływu na to, jak ich wypowiedzi zostaną ostatecznie przedstawione w tekście dziennikarskim. Świadczą o tym powyższe przykłady. Tym trudniejsze zadanie stoi przed politykami opozycji, w których interesie leży przekonywanie do siebie i swoich racji odbiorców. Pozycja przedstawicieli rządu i koalicji w mediach jest uprzywilejowana. Wynika ona choćby z faktu, że zadaniem mediów jest relacjonowanie bieżącej polityki i działań przedstawicieli państwowych. Ponadto, w układzie wynikającym z systemu politycznego rola opozycji zdaje się być narzucona jako z zasady przeciwstawna do rządzących. W praktyce dziennikarskiej od opozycyjnych polityków oczekuje się odmiennego zdania. Ich wypowiedzi mają reprezentować drugą stronę, nawet jeśli nie są nią w danej sprawie. Takie uproszczenie sprzyja przedstawianiu opozycji nie

tyle jako krytyków, ale krytykantów. A sami zainteresowani w taką rolę chętnie wchodzi.

Retoryka jest ważnym orężem polityków spoza rządzących partii, gdyż w praktyce demokratycznej mają oni mniejsze możliwości skutecznego działania. Stąd powinni oni szczególnie dbać o wymiar retoryczny swoich wypowiedzi i budować przemyślane przekazy. Dla dobra jakości dyskusji publicznej wskazane by było, żeby w argumentacji (wbrew rytualizacji sporu politycznego) odwoływać się częściej do sfery *lógosu*. Jest to jednak tylko jeden z elementów triady, a według klasycznej retoryki składniki triady traktowane powinny być jako integralna całość (Korolko 1990: 46), gdyż wtedy przynoszą najlepsze perswazyjne efekty. Wnioskiem praktycznym dla polityków, który może płynąć z niniejszej analizy, jest wskazówka, by formułowali oni swoje wypowiedzi tak, aby w spójnej całości łączyć środki perswazji odnoszące się do wszystkich trzech elementów triady, a rzetelnie cytujący dziennikarz nie mógł ich rozdzielić. Wtedy retoryka stanie się praktycznym orężem opozycji.

Bibliografia

- Aristoteles (2004), *Retoryka. Retoryka dla Aleksandra. Poetyka*, przekł. H. Podbielski, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bauer Zbigniew (2000), *Gatunki dziennikarskie*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Zbigniewa Bauera, Edwarda Chudzińskiego, Kraków, Universitas, 143–173.
- Czyżewski Marek, Kowalski Sergiusz, Piotrowski Andrzej (1997), *Rytualny chaos*, Kraków, Wydawnictwo Aureus.
- Jacy powinni być politycy? *Komunikat z badań* (1993), nr BS/119/98/93, Warszawa, CBOS.
- Karwat Mirosław (2007), *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kochan Marek (2005), *Pojedynek na słowa. Techniki erystyczne w publicznych sporach*, Kraków, Wydawnictwo Znak.
- Kochan Marek (1994), »Przyklejanie etykietek«, czyli o negatywnym nazywaniu przeciwnika. W: »Język a kultura», *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, t. 11, Wrocław s. 85–90.
- Korolko Mirosław (1990), *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa, Wiedza Powszechna.
- Leary Mark (2005), *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, przekł. A. Kacmajor, M. Kacmajor, Gdańsk, GWP.
- Lichański Jakub Z., *Retoryka a/i media: próba określenia pól wspólnych*. Źródło: <http://www.wsd.edu.pl/publikacje/retoryka.pdf> (dostęp 12.04.2012).

Neuman W. Russell, Just Marion, R., Crigler Ann N. (1992), *Common knowledge: news and the construction of political meaning*, Chicago, London, The University of Chicago Press.

Niesiołowski Stefan (2007), *Retoryka i polityka*. W: *Perspektywy polskiej retoryki*, pod red. Barbary Sobczak, Haliny Zgólkowej, Poznań, Wydawnictwo Poznańskie, s. 107–114.

Pisarek Walery (1983), *Analiza zawartości prasy*, Kraków, OBP.

Słownik języka polskiego PWN, <http://sjp.pwn.pl> (dostęp 12.04.2012).

Verderber Kathleen S., Verderber Rudolph F., Sellnow Deanna D. (2011), *The Challenge of Effective Speaking*, Boston, Cengage Learning.

Ziomek Jerzy (1990), *Retoryka opisowa*, Wrocław, Zakład Narodowy im. Ossolińskich Wydawnictwo.

Lógos, éthos, pathos in the media-political practice.

Means of persuasion in the cited utterances of political opposition

This analysis regards the utterances of opposition politicians which are cited by journalists. They are used in texts on political disputes. A quote as a journalistic device makes a text more attractive and credible to the audience. For an opposition politician it is an important mean of persuasion aimed at the voters. There are three rhetorical modes of persuasion: *lógos*, *éthos*, *pathos* – the last one is mostly used by politicians and journalist what, in turn, influences the public debate.