

Zakończenie

Krzysztof T. Konecki

Uniwersytet Łódzki

W zakończeniu postaram się przedstawić możliwe konsekwencje społeczne określonej kultury emocjonalnej występującej w życiu politycznym. Debaty sejmowe są tylko tego przykładem. Kultura emocjonalna polskiej polityki kształtuje się nie tylko w Sejmie, ale też na styku Sejmu i mediów oraz w samych mediach, a nawet na ulicy. Dziennikarze odgrywają tutaj niebagatelną rolę.

Warunki interakcyjne debat sejmowych powodują, iż interakcje te mają także charakter rytualny (hierarchia, precedencja i związane z tym rozwiązania przestrzenne przyczyniają się do rytualizacji interakcji). Interakcje są regulowane zasadami związanymi z pracą nad twarzą, obecna jest w nich bardzo często tzw. grzeczność pozorna. W debacie publicznej na forum sejmowym pojawia się ponadto taktyka interakcyjna, nazywana przez specjalistów ironią, będąca chwytem retorycznym, który ma na celu ośmieszenie adwersarzy w interakcjach podczas debat politycznych. Choć często nasuwają się wątpliwości, czy są to debaty polityczne czy też czysto retoryczne występy nakierowane na autoprezentację i autopromocję, przy jednoczesnym ośmieszaniu przeciwników politycznych lub ich deprecjonowaniu. Funkcję ośmieszania przeciwnika pełnią np. cytaty z literatury pięknej, używane często jako riposty w debacie politycznej i/lub stanowiące element taktyki autoprezentacyjnej, ukazującej czytanie polityka. Są one często ironiczne. Ironia oraz sarkazm w wypowiedziach stanowią bardzo ważny chwyt retoryczny, kształtują kulturę emocjonalną debat poli-

tycznych, ale także wpływają na kulturę polityczną. Ponadto ważną taktyką wykorzystywaną do zdeprecjonowania przeciwnika politycznego jest używanie wielu zwrotów należących do tzw. nowomowy. Nowomowa bardzo silnie wartościuje omawiane zjawiska i osoby. Dzieli przy tym scenę polityczną poprzez arbitralność wydawanych ocen i „magiczny” sposób nadawania znaczeń (Głowiński 2009; Borkowski 2003). Wprowadza dychotomiczne widzenie świata, utrzymuje ideę wroga i spiskową wizję dziejów. Tym samym często wprowadza emocję nienawiści, a ta niestety staje się częścią kultury emocjonalnej polityki. Nowomowa często blokuje możliwość ripostowania, niesie ze sobą duży ładunek emocjonalny. Jest aktem *quasi*-komunikacyjnym, blokującym często autentyczną, opartą na faktach, wymianę informacji i argumentów.

Tzw. „debaty” niekiedy wyglądają na wypełnianie czasu tzw. „pracy posłów na antenie telewizyjnej” treścią niezwiązaną z rozwiązywaniem konkretnych problemów politycznych, socjalnych i innych praktycznych i konkretnie zdefiniowanych tematów uchwał i ustaw. Wyrażanie i wzbudzanie emocji nie jest tylko ubocznym efektem wystąpienia posła na forum publicznym, ale często wygląda, że to niezbędny element perswazji, deprecjacji przeciwnika i/lub autoprezentacji na zewnątrz sali sejmowej (pamiętajmy, że posiedzenia sejmowe są transmitowane przez telewizję publiczną). Emocjonalny klimat sali sejmowej przenosi się zatem na zewnątrz. Być może jest to związane z tym, co dzieje się w życiu publicznym na poziomie lokalnym, w okręgach wyborczych. W efekcie wytwarza się pewna kultura emocjonalna życia politycznego, która także rzutuje na postawy obywatelskie w komponencie przeżywania emocji złości, gniewu i otwartej niechęci do „przeciwników” politycznych, postawy agresywne (silnie zaznaczana emocja agresji), dopuszcza sarkazm, ośmieszanie, postawy ironiczne i ironię jako taktykę interakcyjną (interakcje nakierowane na wywołanie zawstydenia/wstydu), brak powagi.

Kultura emocjonalna polityków – pokazywana w mediach i nagłaśniana w sytuacjach skrajnych wybuchów emocjonalnych, dyskredytujących wpadek, wyrażanej ironii – dociera do szerszej publiczności i przy częstym powtarzaniu tego typu komunikatów zaczyna uchodzić za *signum temporis* kultury politycznej w Polsce. „Agresja w białych rękawiczkach” (np. sarkazm, ośmieszanie i ironia) może stać się „wyszukanym” sposobem wchodzenia w interakcje przedstawicieli klasy średniej, która to jest podstawowym zapleczem dla większości głównych frakcji politycznych w Sejmie. Staje się tym, co Thomas Scheff (1990: 133) nazywa *glamour* (czar, wyszukany styl zachowania) i jest przyjmowana również przez klasy niższe. W tym przypadku gloryfikowanie wątpliwego „czaru” klasy średniej w wymiarze kultury emocjonalnej może być przeszkodą w budowaniu zdrowej więzi społecznej (*intact social bond*) (*ibidem*: 4–7). Jeśli u podłoża tych zachowań leży próba wykorzystania emocji zawiści, to wówczas trudno o wprowadzenie racjonalnych argumentów do debaty (Schoeck 2012). Można tutaj zacytować słowa Juliana Tuwima (1955: 547) odnoszące się do dobrych manier, szczególnie tych ironią podszytych: „Gratulacje – najpiękniejsza forma zawiści”.

Agresja i nadmierny dystans społeczny przejawiający się poprzez użycie dostępnych w języku środków symbolicznych nie zbliża do siebie ani osób skupionych wokół określonych partii politycznych, ani też warstw i klas społecznych, które przyjmują określone wzory reagowania emocjonalnego – upowszechniane przez media. Budowany jest wtedy dystans społeczny, a nawet podział społeczny. Solidarność społeczna nie powstaje w debacie wprowadzającej, nawet w sposób rytualny, niechęć, złość, gniew, agresję jako powszechne i akceptowalne emocje. Budowanie ładu, lub raczej nieładu, politycznego w oparciu o zawiść, nie tylko w debatach (agresywna krytyka, składanie obietnic wyborcom), ale również w propozycjach uchwał i ustaw (wysoki podatek progresywny, wysoki podatek od

spadku i inne pokrewne formy opodatkowania), nie jest efektywne ani ekonomicznie, ani społecznie (Schoeck 2012).

Kulturę emocjonalną polityki konstruują także portale społecznościowe (głównie Facebook, Twitter, YouTube), gdzie tworzona jest sieć wymiany informacji, opinii, ale też uczuć. Twórcy kont na YouTube.com zamieszczający nagrania wypowiedzi polityków wpływają także na budowanie ich wizerunku i rozpowszechnianie określonych informacji. Polubienia i komentarze tworzą atmosferę będącą konsekwencją debat politycznych, ale również wytwarzają pewną samowiedzę o odbiorze społecznym zachowań i wypowiedzi polityków. Politycy także korzystają z tej wiedzy, by kształtować dalej swój wizerunek i dopasować przekaz do gustów odbiorców. Wielu z nich ma swoje profile, np. na Facebooku czy Twitterze.

Jak będzie kształtowała się kultura emocjonalna społeczeństwa, zależy od wielu czynników: wysokości dochodów członków naszego społeczeństwa, ich wykształcenia, wolności wypowiedzi, swobody organizowania się, podmiotowości każdego obywatela w życiu politycznym. Bardzo wiele zależy także od odpowiedzialności i manier polityków oraz odpowiedzialności mediów za przekaz określonych postaw i zachowań. Profesjonalizm i bezstronność dziennikarzy mają tutaj duże znaczenie. Odkrywanie emocjonalnej warstwy debat politycznych i polityki (nawet wtedy, gdy resentymenty zostały racjonalnie użyte przez polityków do realizacji ich celów) jest niezwykle ważne dla kształtowania racjonalnego ładu politycznego i społecznego, ładu uświadomionego i poddanego refleksji i dyskusji przez obywateli.

Chcemy przy pomocy tej książki przyczynić się do budowy społeczeństwa „dobrze poinformowanych obywateli” (*well-informed citizens*; zob. Schutz 1976), gdzie krytyczna analiza wystąpień, debat i różnych wydarzeń politycznych zdobędzie przewagę nad tzw. „społecznie akceptowaną wiedzą” pochodzącą głównie z informacji medialnych i sondaży opinii publicznej.

Bibliografia

- Borkowski, Igor (2003), *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
- Głowiński, Michał (2009), *Nowomowa i ciągi dalsze. Szkice dawne i nowe*, Universitas, Kraków
- Kudra, Andrzej, Dorota Jeziorska (2010), *Językowe znaki świadomości kolektywnej i ich chiralna zasada konceptualizacyjna (o neonowomowie IV RP)*, [w:] Maciej Czerwiński, Paweł Nowak, Renata Przybylska (red.), *Język IV Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin
- Scheff, Thomas J. (1990), *Microsociology. Discourse, emotion, and social structure*, University of Chicago Press, Chicago
- Schoeck, Helmut (2012), *Zawiść. Źródło agresji, destrukcji i biedy*, Fijor Publishing, Warszawa
- Schutz, Alfred (1976), *The well-informed citizen: An Essay on The Social Distribution of Knowledge*, [w:] idem, *Collected Papers. Studies in Social Theory*, vol. II, Martinus Nijhoff, The Hague, 120–134
- Tuwim, Julian (1955), *Jarmark rymów*, Czytelnik, Warszawa