

Marta Śleziak 

Uniwersytet Wrocławski, Wrocław

marta.sleziak@uwr.edu.pl

MIEJSCE HASŁA I SŁOGANU W KOMUNIKOWANIU POLITYCZNYM

Słowa kluczowe: tekst, gatunek, funkcje hasła politycznych, multimodalna analiza dyskursu

Keywords: text, genre, functions of political catchwords, multimodal discourse analysis

Termin *komunikowanie*¹ odznacza się różnorodnością znaczeń. Badaczy zorientowanych humanistycznie i społecznie zajmuje jednak ten sens komunikowania, który jest synonimem transmisji informacji, przekazywania treści, interakcji, wymiany myśli i dzielenia się wiedzą (Stewart 2005: 45–48; Dobek-Ostrowska 2006: 61–64). Komunikowanie opatrzone wskazującą na *genus proximum* przydawką *polityczne* nie tylko zwraca uwagę na przedmiot rodzących się w wyniku tego procesu przekazów (polityka i aspekty z nią związane), ale też wyodrębnia uczestników zawężonego kręgu komunikacyjnego – aktorów politycznych – oraz wzajemne powiązania między nimi (Michalczyk 2005: 64–80; zob. też Dobek-Ostrowska 2006: 163–180). Przyjęta przez Janinę Fras najkrótsza i najbardziej pojemna definicja omawianego wyrażenia wykorzystuje metaforę przestrzeni – komunikacja polityczna to „komunikacja w obszarze polityki” (Fras 2005: 30) – i wskazuje na wspólną dla wszystkich uczestników komunikacji politycznej intencję, szczerą bądź deklaratywną, którą jest interes publiczny (także: dobro wspólne, interes społeczny) (ibid.: 31).

¹ W artykule posługuję się terminem *komunikowanie* jako określeniem porozumiewania się ludzi i synonimem szerszego znaczeniowo leksemu *komunikacja*. Przyjmuję za Bogusławą Dobek-Ostrowską (2006: 129), że komunikowanie polityczne jest procesem dwukierunkowym, zachodzącym w obrębie systemu społecznego, politycznego, medialnego i kulturowego.

Kluczowa dla zrozumienia cech komunikowania politycznego, przywoływanych przez Stanisława Michalczyka (2005: 17) za Richardem Perloffem, jest natura procesu, który realizuje się w przestrzeni społecznej. Komunikowanie polityczne to proces „polegający na wymianie informacji między liderami politycznymi, mediami i obywatelami o wydarzeniach oraz sprawach zachodzących w sferze polityki publicznej” (ibid.). Poszerzając definicję o punkt widzenia badaczy niemieckich, S. Michalczyk nazywa komunikowanie „centralnym mechanizmem formułowania, łączenia, odnawiania i realizacji społecznie uwarunkowanych decyzji” (ibid.: 18).

Szczególne podkreślenie społecznego charakteru komunikowania politycznego jest ważne z dwóch powodów. Po pierwsze, jest nawiązaniem do korzeni i istoty polityki, gdy greckie słowo *politiká* oznaczało ‘sprawy państwowe, sprawy obywatelskie’, a polityka i politykowanie wynikały z kategorii etycznych i kojarzyły się z działaniem dla dobra obywateli i państwa, nie zaś ze ‘sztuką sprawowania władzy’ czy ‘techniką skutecznego rządzenia’ (zob. Długosz-Kurczabowa 1998: 167). Po drugie, uczestnikiem omawianego procesu jest społeczeństwo. W literaturze przyjęło się nazywać obywateli pasywnymi uczestnikami komunikowania politycznego, których siła przebicia z własnym przekazem jest ograniczona (Dobek-Ostrowska 2006: 163–164). Jednak obecnie, w czasach gdy rewolucję przechodzi komunikacja zindywidualizowana, a użytkownicy mediów (zwłaszcza Internetu) z odbiorców przekształcili się w producentów (Castells 2013: 76–77), rola społeczeństw w komunikowaniu politycznym jest nie do przecenienia. W szybkim tempie przyzwyczajamy się do Internetu jako czynnika wyzwającego aktywność polityczną, medium treści i komunikatów, wreszcie – przekaźnika, za którego pośrednictwem w bardzo krótkim czasie udaje się powołać to, co jest realnym (już nie wirtualnym) elementem komunikowania politycznego. Apele, akty niezadowolienia czy sprzeciwu formułowane przez jednostki bądź grupy osób potrafią znaleźć swój finał w postaci wielotysięcznych wieców i demonstracji². Zgromadzenia, wyrażające dezaprobatę (rzadziej poparcie) wobec projektów legislacyjnych, zachowań czy decyzji politycznych, są zmaterializowanymi, fizycznymi wyrazicielami poglądów.

Judith Butler zauważa, że zgromadzenia tworzą się w sposób nieoczekiwany, są nietrwałe, a mimo to niezwykle ważne. W te, zdaniem J. Butler, „ucieleśnione działania” wpisane są cząstkowość i stronniczość, a także „wieloraka performatywność”³ (2016: 10). Opisujący fenomen ruchów społecznych i protestów James Jasper wska-

-
- 2 Polskim przykładem może być fala tzw. czarnych protestów organizowanych przez ruch Ogólnopolski Strajk Kobiet jako sprzeciw wobec rządowych projektów zaostrzenia przepisów antyaborcyjnych. Od września 2016 r. protesty odbywały się w wielu miastach Polski, a głównym medium, w którym zapowiadano i planowano kolejne wydarzenia, były portale społecznościowe.
 - 3 Butler pisze: „[...] formy zgromadzenia oznaczają coś uprzednio wobec i niezależnie od konkretnych roszczeń, które wysuwają. Milczące zgromadzenia, w tym czuwania czy pogrzeby, często wytwarzają nadwyżkę znaczenia ponad to, co mówią o ich celach pisane bądź mówione relacje” (2016: 10).

zuje na takie cechy, jak celowość podejmowanych wysiłków, proces utrzymujący się w czasie (i odróżniający ruch społeczny od incydentalnych zgromadzeń), a także nieinstytucjonalny charakter ruchów społecznych, mogący prowadzić do tworzenia konkretnych grup interesów czy partii politycznych (Jasper 2014: 5–6).

Na sposób i możliwości uczestniczenia obywateli w procesie komunikowania politycznego, jak również dominujący kształt przekazów w kanale władza–obywatele ma wpływ ustrój państwa. W państwie demokratycznym jedną z podstawowych czynności politycznych jest wytwarzanie (generowanie) tekstów (Fras 2005: 108–109). J. Frasz przedmiotem swych badań uczyniła gatunek wypowiedzi politycznej, który utożsamiała z przekazem politycznym⁴. Badaczka wyodrębniła gatunki typowe dla komunikacji politycznej:

exposé, dekret, interpelacja, ordynacja, rezolucja, karta praw, rota, konstytucja, odezwa, manifest, memoriał, memorandum, orędzie, posłanie, obwieszczenie, petycja, krótki kurs, samokrytyka (ibid.: 119)

oraz takie, które funkcjonują w szerszym obiegu komunikacyjnym i które mogą być uznane za polityczne, jeśli posiadają cechy związane z polityką. Do grupy tej J. Frasz zaliczyła:

komentarz polityczny, felieton polityczny, wiadomość polityczną, reportaż polityczny, artykuł polityczny, esej polityczny, hymn polityczny, reklamę polityczną (spot), oświadczenie polityczne, plakat polityczny, komiks polityczny, ulotkę polityczną, apel polityczny, debatę prezydencką, slogan polityczny, listę wyborczą, statut partyjny, program polityczny, opinię partyjną, dowcip polityczny, donos polityczny, przesłanie polityczne, deklarację wyborczą, listę wyborczą, przemówienie sejmowe, mowę (parlamentarną, sejmową) (ibid.: 119–120).

Zanurzenie poszczególnych realizacji gatunkowych w określonym kontekście ma wpływ na wydźwięk przekazu. Do pełnego zrozumienia sensów niezbędne jest dostrzeżenie multimodalnej natury komunikatu (Poprawa 2020a; zob. też Iedema 2013: 197–227). Nawiązując do zgromadzeń, warto raz jeszcze przywołać J. Jaspiera, który osobne miejsce poświęcił znaczeniom i istotnej roli, jaką w ruchach społecznych odgrywa proces ich konstruowania. W opisie nośników znaczeń amerykański socjolog wziął pod uwagę nie tylko słowa i sposób nazywania kwestii, wobec których występują protestujący, ale i formy wizualne (m.in. plakaty, graffiti), muzyczne czy cielesne. Wytworzone w tych procesach artefakty mogą być trwalsze niż zjawisko, na tle którego powstały, lub przeminąć wraz z nim (zob. Jasper 2014: 42–49).

4 Janina Frasz definiuje przekaz polityczny jako „[...] stosunkowo trwałe pod względem treści politycznej, ponadto kompozycji (budowy) i stylu typ wypowiedzi, ukształtowany w zależności od funkcji (główne funkcje: informacyjna, perswazyjna) oraz sytuacji (przede wszystkim oficjalnej)” (Fras 2005: 118).

Również Irena Kamińska-Szmaj, opisując zjawisko folkloru politycznego, zwróciła uwagę na dookreślanie bądź zmienianie znaczeń przez ingerowanie w gotowe przekazy (Kamińska-Szmaj 2001: 178–187).

Gatunki wypowiedzi, zebrane i uporządkowane przez J. Frasa, oraz zbiorowe działania społeczne (zgromadzenia, ruchy społeczne, ale też kampanie) łączy to, że są niwą komunikowania politycznego, obszarem, na którym dokonuje się tworzenie politycznych znaczeń. Nośnikiem politycznych treści, będącym elementem zarówno pojedynczej realizacji tekstowej któregoś z prymarnych gatunków komunikacji politycznej, jak i samodzielnym aktem widocznym w procesie komunikowania politycznego – zbiorowego bądź indywidualnego – jest bez wątpienia hasło polityczne.

Specyfika hasła politycznego

Od 2018 r. w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego prowadzone są badania nad strukturą i historią hasła politycznego. Drobiazgową analizę haseł poprzedza zgromadzenie reprezentatywnego dla ostatniego stulecia (lat 1918–2018) zrównoważonego korpusu haseł, wyekscerpowanych z różnych form komunikowania politycznego i publicznego⁵. W ustaleniach projektowych przyjęto, że hasło polityczne jest odrębną i zamkniętą strukturą istniejącą w przestrzeni publicznej, często zanurzoną w szerszym kontekście. Kontekstem dla hasła może być, zwłaszcza gdy jest ono elementem jakiegoś tekstu, sam nośnik (plakat, afisz, ulotka, billboard, mur, parkan), a szerzej – sytuacja komunikacyjna, w której osadzony jest przekaz.

W przyjętej przez zespół definicji zwraca się uwagę na sprawczą moc haseł politycznych oraz ich powszechność w przestrzeni publicznej:

HASŁO POLITYCZNE to zwięzła, stylistycznie wyrazista formuła słowna, skierowana do masowego odbiorcy, zawierająca przekaz nacechowany agitacyjnie lub perswazyjnie, którego celem jest propagowanie określonych poglądów i idei oraz nakłanianie do działań i postaw zgodnych z wolą nadawcy. Hasło jest aktem perlokucyjnym, przyjmującym zazwyczaj postać okrzyku, apelu, obietnicy, stwierdzenia. Jest najczęściej werbalizowane na wiecach, demonstracjach, manifestacjach (prorządowych, antyrządowych, wyborczych) lub wypisywane na transparentach, plakatach propagandowych, murach, słupach ogłoszeniowych, billboardach, a także graficznie wyeksponowane w tekstach propagandowych (np. artykułach prasowych, winietach gazet, telewizyjnych wyborczych spotach reklamowych, programach politycznych, przemówieniach, ulotkach, odezwach, manifestach itp.) (zob. Śleziak 2020b).

5 Materiał, z którego wyekscerpowano hasła, stanowią: teksty prasowe (spisane przemówienia i programy wyborcze, winiety gazet), archiwalne dokumenty życia społecznego, zdjęcia obiektów w przestrzeni publicznej (mury, druki ulotne, billboardy, transparenty), nośniki audiowizualne (spoty wyborcze z radia i telewizji, relacje internetowe).

Ostatecznie terminem *hasło polityczne* zdecydowano się określać formuły o cechach zarówno hasła, jak i sloganu, przyjmując na pierwszym etapie badań ustalenia I. Kamińskiej-Szmał (1996) i Oliviera Reboula (1980). Mimo że oba terminy, *hasło* i *slogan*, funkcjonują zamiennie – nie tylko w powszechnym obiegu, ale i w literaturze przedmiotu (zob. Kochan 2002: 10–14) – to różnice między naturą hasła i sloganu widoczne są przede wszystkim w obszarze performatywności i składni, co pokazały zebrane w korpusie przykłady. Dokładny ogląd materiału reprezentatywnego dla różnych dziesięcioleci potwierdza obserwacje I. Kamińskiej-Szmał i O. Reboula, że formuły, które zbiorczo określamy mianem haseł politycznych, mogą mieć dwojaką postać: (1) zbliżoną do prototypowego hasła, cechującą się dyrektywnością i będącą wezwaniem do działania (wyrażonym formą imperatywną lub predykacją typu: *Niech żyje X...*, *Precz z Y...*) lub (2) tożsamą z budową sloganu mającego postać dewizy, konstatacji. To różnicowanie – i niezmiennosc w czasie przywołanych cech – obrazuje poniższa tabela⁶:

Tabela 1. Różnica w strukturze sloganów i haseł ze względu na cechy performatywne i budowę składniową

Czas	Hasła polityczne o cechach	
	sloganu	wezwania
20-lecie międzywojenne	<i>Po naszej stronie sprawiedliwość i prawda!</i> (1920)	<i>Okaż, że jesteś synem Ojczyzny! – Marsz na front!</i> (1920)
	<i>W jedności siła</i> (192–)	<i>Precz ze zdrajcami sprawy robotniczej!</i> (1920)
	<i>Wolności – Fabryk – Ziemi!</i> (193–)	<i>Niech żyje „Dzień Kobiet” – Niech żyje Socjalizm – Niech żyje Organizacja Kobiet P.P.S.!</i> (1930)
	<i>Pracy i chleba – Walczymy o prawa ludu</i> (1931)	<i>Stańcie solidarnie w szeregach proletariackiego frontu akademickiego!</i> (1931)
	<i>Morze to wielkość i potęga narodu!</i> (1934)	<i>Bojkotujmy towary włoskie!</i> (1935)
czasy wojny i okupacji	<i>Berlin w ruinie – Polska nie zginie!</i> (1943)	<i>Nie dajcie się sprowokować przedwcześnie, zachowajcie spokój i zimną krew!</i> (1943)
	<i>Jutro należy do demokracji</i> (1943)	<i>Wara!</i> (1940)
czasy PRL-u	<i>Suverenność – demokracja – socjalizm to program Frontu Jedności Narodu</i> (1957)	<i>Młodzieży. Głosuj na program niepodległości i polskiej drogi do socjalizmu, na kandydatów Frontu Jedności Narodu</i> (1957)
	<i>1 Maja. PRACA – SOCJALIZM – POKÓJ</i> (1964)	<i>Skończyć ze zbrodniczą agresją w Wietnamie!</i> (1965)
	<i>Młodzież współtwórcą historii i przyszłości socjalizmu!</i> (1974)	<i>Dajcie Polsce jak najwięcej!</i> (1976)
	<i>Zima wasza, wiosna nasza</i> (1980)	<i>Precz z komuną!</i> (1981)

6 Wszystkie przytaczane w artykule hasła pochodzą z przygotowywanego w IFP UW r. korpusu *Słownika haseł politycznych 1918–2018*. Więcej przykładów haseł typowych dla II RP, okresu wojny i okupacji oraz PRL zawierają niedawne publikacje przedstawicieli zespołu pracującego nad tym słownikiem (zob. Kamińska-Szmał 2017; Poprawa 2020c; Śleziak 2016: 136–149).

Czas	Hasła polityczne o cechach	
	sloganu	wezwania
dekady po 1989 r.	<i>Siła spokoju</i> (1990)	<i>Głosuj na kandydatów Unii Demokratycznej</i> (1991)
	<i>Solidarnie z Wałęsą</i> (1995)	<i>Postaw na Pawlaka</i> (1995)
	<i>M jak Miłość, B jak Borowski</i> (2005)	<i>Donald?... Kaczor?... Wybierz Janusza</i> (2005)
	<i>Demokracja bez kobiet to połowa demokracji</i> (2017)	<i>Dziewczyny, potrzebne są czyny</i> (2017)

Źródło cytatów: korpus opracowywanego *Słownika haseł politycznych*.

W prezentowanych przykładach, dobranych dla ukazania powszechności sloganów i haseł w stuleciu historii Polski, widać wyraźnie różnicę między poszczególnymi formułami. Często jednak granice między prototypowo rozumianym sloganem a hasłem zacierają się i trudno jednoznacznie stwierdzić, czy mamy do czynienia z hasłem o cechach sloganu, czy ze sloganem o silnej funkcji impresywnej. O takie rozróżnienie trudno na przykład w odniesieniu do następujących realizacji:

Walczymy o pracę, o chleb, o wolność! (1934);

Śmierć naszym wrogom! (1939);

Wszelki kontakt z Niemcami to zdrada! (1942);

Żądamy przywrócenia narodowi greckiemu wolności i swobód demokratycznych! (1967);

Balcerowicz musi odejść! (1991);

Razem wybierzmy wspólną Polskę (1995);

Chcemy lekarzy, nie misjonarzy (2015);

Siła kobiet powstrzyma waszą władzę (2016).

Dlatego, z powodu niejednoznaczności formalnych i dużej liczby przykładów, jakie wpisano do korpusu (ponad 3100 jednostek), zdecydowano się nadać ekscerpowanym hasłom osobną kategorię hasła politycznego. Szczególnie istotnymi cechami haseł politycznych, pozwalającymi na ich rozpoznanie, są przede wszystkim **umiejscowienie w kontekście politycznym** (jako elementów treści politycznych) oraz **odrębność strukturalna** (hasła funkcjonują jako osobne formuły bądź wizualnie wyszczególnione fragmenty większych tekstów).

Jak zauważa Wojciech Chlebda, hiperonimiczny względem hasła i sloganu jest frazem, konstrukt werbalny niezależny od parametrów składniowych, wyrażający

potencjał treściowy i odtwarzany regularnie w określonych sytuacjach (Chlebda 2005: 130). W badaniach lingwistycznych każdy slogan i każde hasło będą więc frazemem. Wciąż jednak zasadne jest podtrzymanie propozycji wyodrębnienia hasła politycznego – nie tylko z powodu zakorzenionego w świadomości użytkowników znaczenia i konotacji terminu *hasło* (Śleziak 2020b: 294–297), ale też ze względu na moc sprawczą, której wyraz dajemy w przyjętej definicji hasła politycznego. Nawet jeśli hasło przypomina slogan, uogólnioną i wieloznaczną dewizę, to w otoczeniu plakatu czy skandowane przez tłum protestujących nabiera innego, performatywnego znaczenia, jest bardziej wymowne (zob. Poprawa 2020b: 183–185).

Hasło polityczne jako element komunikowania politycznego

Mówiąc, że hasło jest elementem komunikowania politycznego, mam na myśli zbieżność funkcji hasła politycznych z funkcjami komunikowania w ogóle. Za B. Dobek-Ostrowską wyróżniam następujące funkcje komunikowania: informacyjną (odnoszącą się do obserwacji i kształtowania środowiska), edukacyjną (związaną z funkcją informacyjną, polegającą na przekazywaniu wiedzy, wartości i uczuć), identyfikacji osobistej (pozwalającą wzmocnić wzory zachowań i wartości), integracyjną (przekładającą się na tworzenie więzi między jednostkami i społecznościami), mobilizacyjną (aktywizującą, pobudzającą do działania), rozrywkową (pozwalającą jednostce na relaks i odpoczynek) (por. Dobek-Ostrowska 2006: 68–69).

Prymarną funkcją hasła politycznego jest **funkcja mobilizacyjna**. Ujawnia się ona zarówno wprost, jako formuła nawołująca do działania, jak i w postaci stwierdzeń wskazujących na pewien stan rzeczy i dopiero w procesie konotacji uruchamiających postawę i działania obywateli. Przykładem mogą być następujące hasła: *Nie śpij, bo cię przegłosują* (hasło w kampanii prezydenckiej, 1995); *Nie jestem za aborcją, jestem za wolnym wyborem* (marsz w obronie praw kobiet, 2018). W realizacji funkcji mobilizacyjnej często ujawnia się również funkcja **informacyjna**, ukazana głównie przez mniej lub bardziej eksplicytne wyrażenie postawy, opowiedzenie się po którejś ze stron politycznego sporu, napiętnowanie przeciwników politycznych, np.: *Niech żyje nieśmiertelna nauka Marksa i Engelsa!* (1959); *Precz z rządami Gomułki!* (1968). Poprzez wykorzystywane zabiegi językowe, takie jak wskazywanie na opozycję myślową, hasło polityczne pełni też funkcję **integracyjną i identyfikacyjną**. Funkcja ta służy zjednoczeniu grup i jednostek, które podzielają prezentowaną przez nadawcę – w formule hasła – wizję świata, np.: *Nic o nas bez nas* (1989, 2018); *Nie pozwólmy z Polski zrobić śmietniska Europy* (hasło w proteście rolników, 2018). Również utrzymanie baneru z hasłem w tłumie manifestantów jest światopoglądową deklaracją. Hasło może poza tym pełnić funkcję **rozrywkową**, zwłaszcza gdy wykorzystuje mechanizmy dowcipu językowego, ironii czy satyry, np.: *Jaruzelski smok wawelski* (hasło happeningów Pomarańczowej Alternatywy, połowa lat 80.); *Uwaga! Feminizm*

jest zaraźliwy (hasło Manify, 2015). Warto jeszcze wyróżnić ostatnią funkcję, jaką pełnią hasła polityczne – funkcję **kumulacyjną**. Są bowiem lapidarnymi wyrazicielami złożonych ideologii i postaw, co więcej, często stanowią krótkie i celne podsumowania dłuższych tekstów – przemówień, deklaracji ideowych etc. Przykładem może być grupa haseł wieńczących referat Bolesława Bieruta wygłoszony 15 grudnia 1948 r. na kongresie zjednoczeniowym partii, przedrukowany w czasopiśmie „Nowe Drogi” (nr 1/1949)⁷:

Budujemy Polskę świątlich, szlachetnych ludzi! / Zewrzyjmy szeregi! / Wzmóźmy wysiłek twórczej pracy! / Niech żyje Polska Zjednoczona Partia Robotnicza! / Niech żyje Polska!

Aby pełniej pokazać istotność i rolę haseł w komunikowaniu politycznym, posłużę się pewnym porównaniem – odniesieniem do całego systemu języka, w którym najmniejszym i niepodzielnym elementem mającym określone znaczenie jest morfem. Podobnie jak morfemy, hasła są nośnikami znaczenia (dzięki wpisaniu w nie wartościowaniu), wskazują na elementy rzeczywistości pozajęzykowej (sympatie i postawy polityczne), mogą tworzyć jednostki wyższego rzędu – grupy haseł, a następnie – całe teksty (apele, wezwania). Nasuwa się analogia do tytułu, który określan bywa jako najmniejszy tekst dziennikarski (Ślawska 2008).

Hasła mogą wchodzić między sobą w relacje – najczęściej są to nawiązania intertekstualne⁸. Mogą być cytatai z rozpoznawalnych utworów (*Aż się rozpadnie w proch i pył krzyżacka zawierucha*, 1943); mogą też stanowić repliki względem innych haseł, por.:

Socjalizm tak – wypaczenia nie – popularne hasło głoszone przez władzę po strajkach w 1956 r.;

Żądamy wypaczeń bez socjalizmu! – hasło skandowane przez młodzież wrocławską podczas antykomunistycznych happeningów organizowanych w drugiej połowie lat 80. XX w. przez Pomarańczową Alternatywę kierowaną przez Waldemara Fydrycha; humorystyczne happeningi, ośmieszające władzę, stały się symbolem walki z ponurą rzeczywistością stanu wojennego.

Zdarzają się również nawiązania wielokrotne, zmieniające swój wydźwięk w zależności od kontekstu. Pozostając w konwencji użytego porównania, można powiedzieć, że hasła mają swoje „derywaty” – to inne warianty (późniejsze realizacje) hasła bazowego („rdzenia”). Przykładem tego typu nawiązań mogą być hasła wzorowane na wezwaniu *Proletariusze wszystkich krajów, łączcie się!* – znanym wyimku

7 W niniejszym artykule hasła z referatu Bolesława Bieruta, oryginalnie umieszczone wiersz pod wierszem, oddzielono ukośnikami.

8 Temat intertekstualności w hasłach politycznych na materiale z przygotowywanego słownika szczegółowo rozwijam w osobnym artykule (Śleziak 2020a).

z *Manifestu komunistycznego* Karola Marksa i Fryderyka Engelsa (1848) umieszczanym w winietach gazet, które były oficjalnymi organami partii robotniczych (np. „Robotnika”, „Trybuny Ludu”), a także w odezwach (np. w odezwie z 1918 r. wydanej przez centralny komitet organizacji Bund w Polsce). Hasło *Proletariusze innych krajów, łączcie się* I. Kamińska-Szmał podaje jako przykład formuły, której „pierwotna autorytatywność może ulec komicznej degradacji” (Kamińska-Szmał 2005: 12). Kontynuacje tego hasła widać w innych przykładach włączonych do słownika:

Katolicy, łączcie się! – hasło skandowane przez pochód wiernych popierających atakowany przez władzę Episkopat, maszerujących po nabożeństwie ulicami Warszawy, 26 maja 1966;

Proletariusze wszystkich zakładów, łączcie się! – hasło wywieszone na bramie Stoczni Gdańskiej im. Lenina podczas strajku, sierpień 1980;

Krasnoludki wszystkich krajów, łączcie się! – hasło skandowane i wypisywane na murach przez młodzież wrocławską podczas antykomunistycznych happeningów organizowanych w drugiej połowie lat 80. XX w. przez Pomarańczową Alternatywę; malowane na murach czerwone krasnoludki stały się symbolem walki z ponurą rzeczywistością stanu wojennego;

Demokraci wszystkich krajów, łączcie się – hasło na billboardzie eksponowanym podczas manifestacji „Jesteśmy i będziemy w Europie” zorganizowanej przez Komitet Obrony Demokracji oraz partie polityczne w maju 2016 r. Hasło ma wydźwięk ironiczny, zostało umieszczone nad podobiznami stojących obok siebie przywódców trzech państw: Polski (Andrzej Duda), Białorusi (Aleksandr Łukaszenka) i Rosji (Władimir Putin).

Na zaprezentowanym przykładzie widać, jak produktywnie jest hasło polityczne i jakim może ulegać przeobrażeniom – w zależności od intencji osób, które powielają je w swoich przekazach.

Nawiązania do innego hasła mogą odbywać się (1) w obrębie leksyki (wykorzystanie cytatu, figury słów i figury myśli), (2) prozodii (powtarzalność rymu i rytmu) lub (3) składni (paralelizm), np.:

(1) *Nie rzucim ziemi, skąd nasz ród* – cytat z *Roty* Marii Konopnickiej, a także m.in.: hasło na transparencie podczas demonstracji przygotowanej przez Federację Polskich Związków Obrońców Ojczyzny we Włodzimierzu Wołyńskim (1929), napis na jednym z transparentów przygotowanych przez członków Związku Obrony Kresów Zachodnich na manifestację przed Grobem Nieznanego Żołnierza w Warszawie z okazji święta niepodległości (1933);

(1) *Jeszcze Polka nie zginęła!* – hasło z protestu kobiet (2018), gra słów nawiązująca do polskiego hymnu;

(2) (3) *Nie czerwona, nie laicka, tylko Polska katolicka; Nie czerwona, nie tęczowa, tylko Polska narodowa* (hasła na transparentach narodowców, 2018).

Hasła intertekstualne opierają się na grze z odbiorcą, której powodzenie zależy od kompetencji i znajomości innych przekazów. Niewykluczone, że część nawiązań ma charakter nieświadomy (zob. Śleziak 2020b: 292–293). Jednak niezależnie od epoki powielane formuły cechuje dążenie do skrótowości i ogólności, a przy tym apodyktyczność, tak charakterystyczna dla tekstów perswazyjnych i propagandowych (zob. Głowiński 2009: 82–83).

Podsumowanie

Hasło polityczne jest znaczącym elementem komunikowania politycznego. Jest wynikiem procesów, które przebiegają w rzeczywistości politycznej i publicznej: wyborów, kampanii, strajków, demonstracji. Może być formułowane zarówno przez władzę lub pretendentów do jej sprawowania, jak i przez obywateli; może zarówno ukazywać stanowisko rządzących, jak i być wyrazicielem woli i przekonań rządzących. Hasło polityczne, mimo że jest krótkie, wręcz fleszowe, komasuje ogromną ilość treści.

Pod względem strukturalnym hasło polityczne może być formułą nakłaniającą do czegoś (jak typowe hasło-wezwanie) lub stwierdzającą stan rzeczy (jak krótki uogólniający slogan) – w wyodrębnieniu hasła politycznego prymarność zyskuje polityczne ukontekstowanie przekazu. Ponadto może ono tworzyć samodzielny przekaz lub być elementem większej całości (tekstu ulotki, winiety). Niewątpliwie hasło jest przekazem multimodalnym – prawidłowe odczytanie jego wymowy często jest niemożliwe bez wskazania towarzyszącego mu obrazu. Hasło może być również przekazem intertekstualnym i wykorzystywać inne hasła polityczne na zasadzie repliki, podobieństwa leksykalnego, prozodycznego bądź składniowego. Ze względu na rolę, jaką odgrywają hasła, można przypisać im następujące funkcje: mobilizacyjną, informacyjną, integracyjną i identyfikacyjną, rozrywkową, kumulacyjną.

S. Michalczyk – za badaczami niemieckimi – przyjmuje sześciofazowy podział procesu politycznego: artykulacja problemu, definicja problemu, definicja polityki, rozwój problemu, implementacja polityki, ewaluacja polityki (Michalczyk 2005: 31). Na podstawie analizy dużego zbioru haseł można zaobserwować, że hasła polityczne są obecne na każdym etapie kształtowania się polityki, przy czym najsilniej artykułowane są w pierwszej i ostatniej fazie, gdy grupy społeczne (lub jednostki, przedstawiciele grup czy partii politycznych) głośno formułują problem, następnie opisują problem względem wyznawanych wartości, artykułują potrzebę zmian, zmianę paradygmatu politycznego, a na koniec przystępują do ewaluacji polityki – również zgodnie z przyjmowanym systemem wartości. Schemat ma charakter holistyczny i koniec tego obiegu może być jednocześnie jego początkiem.

Różne są motywacje i cele przyświecające twórcom haseł, ale jedno pozostaje niezmiennie – hasła wyrażają wolę i intencje jednostki bądź ogółu. Naukowa ana-

liza dużego korpusu haseł, nad którym pracują językoznawcy z Instytutu Filologii Polskiej UW, pozwala spojrzeć na nie z perspektywy diachronicznej i może wnieść interesujące spostrzeżenia do badań nad komunikowaniem politycznym, polską kulturą polityczną, skutecznością aktów mowy i mocą sprawczą języka.

Literatura

- BUTLER J., 2016, *Zapiski o performatywnej teorii zgromadzeń*, Warszawa.
- CASTELLS M., 2013, *Władza komunikacji*, Warszawa.
- CHLEBDA W., 2005, *Szkie o skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*, Opole.
- DŁUGOSZ-KURCZABOWA K., 1998, *Słownik szkolny. Etymologia*, Warszawa.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 2006, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa.
- FRAS J., 2005, *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław.
- GŁOWIŃSKI M., 2009, *Aforyzm a slogan*, [w:] idem, *Nowomowa i ciągi dalsze. Szkice dawne i nowe*, Kraków.
- IEDEMA R., 2013, *Multimodalna analiza dyskursu. Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*, [w:] A. Duszak, G. Kowalski (red.), *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, Kraków, s. 197–227.
- JASPER J.M., 2014, *Protest. A Cultural Introduction to Social Movements*, Cambridge.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 1996, *Slogan reklamowy – budowa składniowa*, „Poradnik Językowy” nr 4, s. 13–22.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2001, *Słowa na wolności. Język polityki po 1989 roku. Wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw*, Wrocław.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2005, *Wyrazy obraźliwe w intertekstualnej przestrzeni*, „Poradnik Językowy” nr 4, s. 9–16.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2017, *Język polskiej lewicy. Od Wielkiego Proletariatu do końca PRL*, Wrocław.
- KOCHAN M., 2002, *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa.
- MICHALCZYK S., 2005, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice.
- POPRAWA M., 2020a, *Przestrzenie słowno-obrazowe w propagandowych drukach ulotnych lat 1918–1939. Próba analizy w świetle lingwistyki tekstowej i teorii wizualności*, „Sztuka Edycji” 17, nr 1, s. 203–230, <https://doi.org/10.12775/SE.2020.00016>.
- POPRAWA M., 2020b, *Typografia w służbie propagandy. Wizualne i perswazyjne aspekty druków ulotnych z lat 1918–1939*, „Sztuka Edycji” 17, nr 2, s. 175–201, <https://doi.org/10.12775/SE.2020.00038>.
- POPRAWA M., 2020c, *Ulotki propagandowe z okresu drugiej wojny światowej jako specyficzna forma komunikacji politycznej i łączności władz z obywatelami. Analiza wybranych zjawisk tekstowych, pragmatycznych i stylistycznych*, „Oblicza Komunikacji” nr 12, s. 75–121, <https://doi.org/10.19195/2083-5345.12.7>.
- REBOUL O., 1980, *Kiedy słowo jest bronią*, [w:] M. Głowiński (wyb. i wstęp), *Język i społeczeństwo*, Warszawa, s. 299–337.

- STEWART J. (red.), 2005, *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, wyd. 4, Warszawa.
- ŚLAWSKA M., 2008, *Tytuł – najmniejszy tekst prasowy*, „Rocznik Prasoznawczy” II, s. 117–126, [on-line:] sbc.org.pl/Content/10018/slawska.pdf.
- ŚLEZIAK M., 2016, *Ziemię Odzyskane w drukach ulotnych z lat 1945–1948. Język – tematyka – formy*, Wrocław.
- ŚLEZIAK M., 2020a, *Intertekstualność w polskich hasłach i sloganach politycznych*, „Oblicza Komunikacji” nr 12, s. 153–167, <https://doi.org/10.19195/2083-5345.12.10>.
- ŚLEZIAK M., 2020b, *Projekt Słownika haseł politycznych*, [w:] M. Bańko, E. Rudnicka, W. Decyk-Zięba (red.), *Leksykografia w różnych kontekstach*, „Biblioteka Prac Filologicznych”, t. 2, Warszawa, s. 289–301, <https://doi.org/10.31338/uw.9788323541677.pp.289-301>.

The Place of Catchwords and Slogans in Political Communication

Abstract

The paper discusses the function of catchwords and slogans, as well as the role that these forms play in political communication. Not only are they short and catchy sayings, but they also carry important meanings – from the point of view of both the government and the society. Political slogans and catchwords are a significant part of political campaigns, politicians' presentations and election programs, as well as social movements and protests. As multimodal carries, they can be examined with the use of systemic functional linguistics methods. The analysis and conclusions are based on the collection of more than 3100 items: political catchwords from Polish political discourse, excerpted from written (ephemera, press) and oral texts (protests, demonstrations, live presentations) published in 1918–2018. The collection is the part of the project which aims at publishing *A Dictionary of Political Catchwords*.