



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Transformacje języka polityki a media (1918-1939): prezydenckie przemówienia radiowe i dyskurs publiczny II RP

Author: Anna Maj

Citation style: Maj Anna. (2018). Transformacje języka polityki a media (1918-1939): prezydenckie przemówienia radiowe i dyskurs publiczny II RP. "Roczniki Humanistyczne" (T. 66, z. 6, s. 93-109), doi 10.18290/rh.2018.66.6-6



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

ANNA MAJ

TRANSFORMACJE JĘZYKA POLITYKI
A MEDIA (1918-1939):
PREZYDENCKIE PRZEMÓWIENIA RADIOWE
I Dyskurs publiczny II RP

1. ZAŁOŻENIA WSTĘPNE I PERSPEKTYWA BADAWCZA

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie specyfiki komunikatów wchodzących w obszar pojęciowy języka polityki II RP z uwzględnieniem kontekstu kulturowego oraz przemian technologicznych w zakresie komunikacji medialnej. Nie jest moim zamiarem dokonanie wszechstronnej analizy języka polityki omawianego czasu, chciałabym jednak zwrócić uwagę na pewne aspekty dyskursu publicznego tego okresu, cechujące wypowiedzi polityków, które odnoszą się, a może wręcz wynikają ze specyfiki sytuacji komunikacyjnej zapośredniczonej medialnie.

Współcześnie nowe technologie komunikacyjne dominujące w dyskursie politycznym, takie jak Twitter czy Facebook, odgrywają wręcz konstytutywną rolę w komunikacji polityków z publicystami i wyborcami, często będąc swoim katalizatorem sytuacji komunikacyjnych (zwłaszcza kryzysowych) i zwiększając dynamikę relacji międzyludzkich. Niniejszą pracą chciałabym zwrócić uwagę na fakt, że dla okresu II RP takim istotnym czynnikiem rekonstruującym sposób komunikacji i wpływającym na język polityki było radio. Tym samym praca ta wpisuje się – zgodnie z ujęciem Urszuli Żydek-Bednarczuk – raczej w strefę zewnętrzną opisu dyskursu medialnego, interesującą z perspektywy komunikologa i medjoznawcy, świadomie pozostawiając sferę wewnętrzną docie-

Dr ANNA MAJ – adiunkt Zakładu Komunikacji Kulturowej, zastępca Dyrektora Instytutu Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych na Wydziale Filologicznym UŚ; adres do korespondencji: Instytut Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych, Plac Sejmu Śląskiego 1, 40-032 Katowice; e-mail: anna.maj@us.edu.pl

kaniom językoznawców, którzy dysponują innymi narzędziami badawczymi niż kulturoznawca.

Dyskursy medialne są zdarzeniami komunikacyjnymi, którym towarzyszą konteksty społeczne, kulturowe, polityczne. W definicji i badaniu zwracamy uwagę na czynniki kontekstualne, a nie tylko strukturalne. Ważna staje się funkcja, a dopiero potem forma. [...] Przedmiotem oglądu są więc struktury polisemiotyczne i polimedialne. W badaniu bierze się pod uwagę współwystępowanie i stopień współzależności komponentów należących zarówno do sfery zewnętrznej – sfery kontekstów medialnych, komunikacyjnych, kulturowych, społecznych, jak i wewnętrznej, obsługującej językoznawstwo¹.

Rozważania poniższe koncentrują się na języku polityki czy – szerzej – dyskursie politycznym, relacji między językiem a polityką, a zatem w obszarze zainteresowań politolingwistyki, jak ją definiuje Walery Pisarek², wykraczają jednak poza nią w obszar studiów kulturowych skoncentrowanych na procesie komunikacyjnym, zgodnie zresztą z koncepcją Teuna Adrianusa van Dijka, charakteryzującego teorię dyskursu jako przekraczającą bariery dyscyplin³. Nie jest moim celem dokonanie opracowania bibliograficznego przedmiotu, chciałabym jednak zwrócić uwagę na kilka definicji, które w omawianym kontekście wydają się najistotniejsze. Przeglądu rozwoju badań nad językiem polityki oraz literatury z tego zakresu dokonała zresztą Bożena Sieradzka-Baziur⁴. Język polityki, od czasów zdefiniowania go przez Jerzego Bralczyka⁵, rozumiany bywa różnie. Niewątpliwie istotna wydaje się tu definicja Bogdana Walczaka, do którego wnikliwego opracowania problemu odwołuje się szeroko literatura przedmiotu. B. Walczak w toku analizy odrzuca rozumienie języka polityki jako odmiany środowiskowej (socjalnej) z uwagi na szeroki krąg adresatów przekazów politycznych (co wydaje się tym ważniejsze, gdy rozważamy kwestię języka polityki w mediach masowych). Badacz definiuje język polityki:

jako funkcjonaln[ą] odmian[ę] języka ogólnego (prymarnie w jego wariacie oficjalnym), stosowan[ą] w tekstach, które 1) są wytwarzane przez środowisko polityków i ludzi z nimi związanych (doradców, rzeczników prasowych, pozostających na usługach polityków, specjalistów z dziedziny socjotechniki, propagandy, reklamy itp.) oraz dziennikarzy specjalizujących się w problematyce politycznej, 2) są adresowane

¹ U. ŻYDEK-BEDNARCZUK, *Dyskurs medialny w analizie interdyscyplinarnej*, w: *Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Kraków: Collegium Columbinum 2016, s. 16-17.

² W. PISAREK, *Szkic wstępu do politolingwistyki*, „Prace Filologiczne”, 33 (1986), s. 55-60.

³ T.A. VAN DIJK, *Badania nad dyskursem*, w: *Dyskurs jako struktura i proces*, red. T.A. van Dijk, przeł. G. Grochowski, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2001, s. 35.

⁴ B. SIERADZKA-BAZIUR, *Język polityki – dotychczasowe prace oraz perspektywy badawcze*, „Horyzonty Polityki” 2 (2011), nr 2, s. 89-110.

⁵ J. BRALCZYK, *Język polityki i polityka językowa*, „Socjolingwistyka” 1 (1977), s. 92-97.

intencjonalnie do wszystkich użytkowników języka ogólnego, 3) dotyczą sfery polityki i 4) odznaczają się dominacją funkcji perswazyjnej (przy obecności – w różnych tekstach tej odmiany w bardzo różnym stopniu, w tym również zerowym – także innych funkcji, takich jak informacyjna, ekspresywna czy autoteliczna)⁶.

Igor Borkowski (również przyznający się do inspiracji koncepcją B. Walczaka) w swojej rozprawie dotyczącej propagandy epoki przemian ustrojowych zauważa, że „język, którym pisane są teksty zaliczane do wypowiedzi o tematyce politycznej, nazywany bywa w różny sposób: język polityczny, język polityki, język propagandy politycznej, język ideologiczny państwa, język tekstów politycznych, styl propagandy politycznej, styl tekstów o tematyce politycznej, nowomowa”⁷. Na podobne rozchwianie terminologiczne zwracają uwagę komunikolodzy – np. Beata Dobek-Ostrowska⁸ czy Janina Fras⁹. Niewątpliwie wspólnym wyróżnikiem tych pojęć jest odniesienie do komunikatów nacechowanych perswazją, a zatem – zgodnie z definicją Jerzego Bralczyka – „stymulowaniem działania ludzi, na których oddziałują, poprzez stymulowanie ich postaw”¹⁰.

Warto też zwrócić uwagę na konstatację Iwony Loewe, która analizując przekazy o charakterze perswazyjnym, stwierdza, że należy wziąć pod uwagę teksty ze wszystkich odmian funkcjonalnych. Badaczka, proponując uporządkowanie koncentryczne gatunków perswazyjnych objętych analizą, przyznaje, co ważne dla moich rozważań, że „nie można poza obszarem zainteresowania zostawić medium”¹¹, co – jak przyznaje – jest związane ze współczesnym charakterem analizowanych tekstów. Sądzę, że rozważania te należy rozszerzyć na obszar nowych mediów doby II RP, nie ma bowiem powodu, by traktować je inaczej niż obecne środki masowego przekazu.

Wśród badań językoznawczych najbliższe jest mi niewątpliwie podejście Urszuli Żydek-Bednarczuk, która podchodzi do dyskursu medialnego z perspektywy interdyscyplinarnej i pragmatycznej. Jak słusznie zauważa badaczka, per-

⁶ B. WALCZAK, *Co to jest język polityki?*, w: *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej 1994, s. 20.

⁷ I. BORKOWSKI, *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981-1995*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2003, s. 15.

⁸ B. DOBEK-OSTROWSKA, *Propaganda jako forma komunikowania*, w: B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1999, s. 7-28.

⁹ J. FRAS, *Język propagandy politycznej*, w: B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA, *Teoria i praktyka propagandy*, s. 84-110.

¹⁰ J. BRALCZYK, *O języku naszej propagandy*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1981, nr 3, s. 12. Por. też: TENŻE, *O rytuale propagandowym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1986, nr 2, s. 21-26.

¹¹ I. LOEWE, *Gatunki perswazyjne w komunikacji społecznej*, „Roczniki Humanistyczne” 60 (2012), z. 6: Językoznawstwo, s. 170.

spektywa interdyscyplinarna, łącząca elementy analizy dyskursu, socjolingwistyki, pragmatyki, etnografii medialnej i wiedzy o mediach, jest konieczna, by zrozumieć przekazy medialne¹². Konieczne jest tu także całościowe ujmowanie sytuacji komunikacyjnej wraz z jej poszczególnymi elementami¹³. Badaczka pisze o konieczności rewizji modeli komunikacyjnych wobec zmian kulturowych, społecznych i politycznych¹⁴. W tym sensie badań interdyscyplinarnych o nacechowaniu komunikologicznym mieści się poniższa próba ukazania pewnych elementów charakterystycznych dla dyskursu medialnego II RP. Metody, jakie wykorzystano, mieszczą się w obszarze badań kulturowych, komunikologicznych oraz medioznawczych.

Na zakończenie niniejszego wstępu, mającego zarysować obszar i perspektywę badawczą, warto dodać kilka uwag Bożeny Sieradzkiej-Baziur, która wyliczając odmiany i zakresy tematyczne związane z pracami politolingwistycznymi, zauważa, że:

Analizując opracowania językoznawcze z zakresu języka polityki, można zauważyć dysproporcję ilościową odnoszącą się do analiz tekstów tworzonych w ramach tej dziedziny działalności człowieka, jaką jest polityka w jej aspekcie historycznym. Językoznawcy bardzo rzadko zajmowali się tekstami dotyczącymi zdobywania i utrzymania władzy z okresu sprzed II wojny światowej¹⁵.

Celem poniższej pracy nie jest wprawdzie wypełnianie luki w wiedzy językoznawczej w tym zakresie, warto jednak zauważyć, że interdyscyplinarne spojrzenie na dyskurs medialny i język polityki tego okresu, który także w polskim medioznawstwie nie został całościowo i dogłębnie dotąd opracowany, może mieć swoją wartość także dla językoznawców, a przynajmniej być przyczynkiem do dalszych opracowań i dyskusji.

2. MASSMEDIALNE TRANSFORMACJE KODU: NOWE MEDIA CZASÓW II RP

Zastanawiając się nad ewolucją sytuacji komunikacyjnej, jaka dokonała się w ciągu stu lat niepodległości, i związanego z nią rozwoju dyskursu politycznego w Polsce, warto zwrócić się ku pierwszym dekadom niepodległości, kiedy w języku polityki znaczącą rolę zaczęły odgrywać nowe technologie medialne.

¹² Tamże, s. 14-15.

¹³ U. ŻYDEK-BEDNARCUK, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Kraków: Universitas 2005.

¹⁴ Tamże, s. 16.

¹⁵ B. SIERADZKA-BAZIUR, *Język polityki – dotychczasowe prace oraz perspektywy badawcze*, s. 94.

Jest to bowiem czas, gdy istotne w komunikowaniu społecznym, nie tylko w Polsce, zaczęły być media masowe. Od połowy XIX wieku dzięki maszynie rotacyjnej rozwija się wysokonakładowa i tania prasa, postępuje zatem też tabloidy-zacja mediów i utowarowienie informacji. Fotografia nabiera znaczenia w przekazie prasowym jako świadectwo historii, poczynając od wojny secesyjnej. Towarzyszy jej telegraf, który niezmiernie przyspiesza przekaz informacji¹⁶. Od początku XX wieku pojawia się kinematograf, a następnie już poważniejsze medium: kino, którego dokumentalny i perswazyjny potencjał będzie wykorzystywany, już w latach dwudziestych i trzydziestych, także w działaniach politycznych. Z czasem pojawiają się nagrania dźwiękowe i radio¹⁷.

Irena Kamińska-Szmaj, analizując historię mediów w II RP, PRL i III RP, zwraca uwagę na pewne znaczące przemiany, które wiązały się z ideologicznym podłożem systemu politycznego i postulowanej oraz realizowanej relacji władzy z obywatelami. Trzeba tu dodać kilka uwag z zakresu charakterystyki samych mediów. II RP charakteryzowała się przede wszystkim szeroką obecnością prasy i radia w dyskursie publicznym, nie stroniono jednakże od bezpośredniego kontaktu polityków i agitatorów z wyborcami¹⁸. Należy też podkreślić, że prasa miała zagwarantowaną wolność słowa, nie stosowano cenzury prewencyjnej, choć w określonych przypadkach (obraza władzy, wprowadzanie opinii publicznej w błąd) stosowano cenzurę represyjną w postaci konfiskaty nakładu gazet lub kar pieniężnych dla wydawców. Oprócz rozwijającej się publicystyki znaczenie miały także reklamy polityczne o charakterze wizualnym (plakaty, odezwy, ulotki). Prasa i plakaty, podobnie jak język przemówień tamtego czasu, nie stroniły od języka radykalnego, barwnego i żywego; charakterystyczne było częste wykorzystywanie patosu i uczuć podniosłych, zwłaszcza w pierwszych latach niepodle-

¹⁶ P. LEVINSON, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Warszawa: Wydawnictwo MUZA S.A. 1999, passim.

¹⁷ Wszystkie te techniczne środki przekazu z czasem doprowadzą do powstania kolejnych mediów masowych, które określają współczesny krajobraz medialny: telewizji i Internetu, a wraz z nim technologii cyfrowych, mobilnych i wirtualnych, wreszcie biotechnologii. Każde z nich wpływa na język polityki i wywołuje jego transformacje. Warto pamiętać o tym spektrum, inaczej bowiem definiujemy sytuację komunikacyjną w prasie, radiu czy telewizji, które bazują na komunikowaniu masowym, w przeważającej mierze jednokierunkowym (*top-down*), nawet jeśli sugerującym dialogiczność. Zupełnie czym innym jest natomiast sytuacja nowomediów, zwłaszcza gdy weźmiemy pod uwagę dzisiejszą aktywność polityków w mediach społecznościowych, multimodalność odbioru tych treści przez odbiorców-interaktorów, obowiązkowe i wręcz oczekiwane sprzężenie zwrotne oraz konieczność natychmiastowej reakcji ze strony polityka lub jego sztabu, zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych (w sensie *public relations*).

¹⁸ I. KAMIŃSKA-SZMAJ, *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918-2000*, (seria: Acta Universitatis Wratislaviensis, 2975), Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2007, s. 12-13.

głości, ale też równolegle – agresja językowa. Zastanawia bogactwo wyrażen emocjonalnych o negatywnym zabarwieniu, język niestroniący od inwektyw adresowanych do przeciwników politycznych¹⁹.

Trzeba też zwrócić tu uwagę na rolę języka osobniczego, a zatem specyfikę idiolektu w kształtowaniu języka polityki danej epoki. Niewątpliwie wpływ na styl przemówień i publicystyki II RP miały osobowości poszczególnych polityków, z Józefem Piłsudskim na czele, najbardziej wyrazistym politykiem tego czasu, który wyznaczył pewne wzory działania i komunikowania politycznego, wobec których inni politycy musieli się w jakiś sposób opowiedzieć – albo próbując naśladować ten styl, albo się od niego odciąć. I. Kamińska-Szmaj, ukazując język publicystyki tego czasu, przytacza jednak – jak się wydaje – wystarczające dowody na to, że zarówno patos, jak i agresja językowa cechowały przedstawicieli wszystkich obozów politycznych²⁰. Małgorzata Dawidziak-Kładoczna, analizując różne gatunki tekstów i wystąpień Józefa Piłsudskiego, zauważa natomiast, jak wiele czynników jednostkowych ma znaczenie dla kształtowania sytuacji komunikacyjnej:

Różnorodność ról Piłsudskiego znajduje odbicie w bogactwie języka, który jest jednym z najważniejszych narzędzi oddziaływania na społeczeństwo. Język Piłsudskiego nie jest zatem tworem jednolitym, ponieważ uzależniony jest od: funkcji, jaką pełni nadawca, zadania, jakie realizuje, grupy odbiorców, do których kieruje tekst, oraz gatunku, w którym się wypowiada. Wszystkie te czynniki, czyli ogólnie pojęta sytuacja komunikacyjna, mają wpływ na wybór środków językowych, które służą perswazji, wartościowaniu, walce czy też autoprezentacji²¹.

Chciałabym tu skupić się jednak przede wszystkim na „nowych mediach” omawianej epoki – w przypadku pierwszych dekad XX wieku, a zatem i czasów II RP, technologiami zasługującymi szczególnie na uwagę są fonografia i radiofonia. Radio wykorzystywano w komunikacji politycznej już od czasów Guglielmo Marconiego, który przedstawił swój wynalazek naukowcom i politykom w USA, a następnie po uzyskaniu patentu na urządzenie wysyłające i odbierające fale elektromagnetyczne sprzedawał radiostaje w Wielkiej Brytanii – początkowo rządowi i firmom. Niemal natychmiast zainteresowało się nim wojsko, zwłaszcza marynarka. Od 1897 r. radio umożliwiło królowej Wiktorii regularną zdalną komunikację z chorym, przebywającym na wyspie Wright księciem Walii²².

¹⁹ Tamże, s. 20-27.

²⁰ Tamże.

²¹ M. DAWIDZIAK-KŁADOCZNA, „*Cherlacy z sercem oziębłym*”. *O języku pism i mów Józefa Piłsudskiego*, Łask: Oficyna Wydawnicza LEKSEM 2004, s. 16.

²² A. BRIGGS, P. BURKE, *Spoleczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, przeł. J. Jedliński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010, s. 204.

Radio od początku przyciągało polityków. Było to bowiem medium postrzegane jako szczególnie atrakcyjne i nowoczesne, powiązane z rozrywką, doceniane przez przywódców politycznych. Lata dwudzieste to przecież „złote czasy radia”, a lata trzydzieste to dekada, gdy liderzy polityczni, tacy jak Roosevelt, Hitler i Stalin, budują swoje autorytety społeczne z wykorzystaniem potęgi tego medium (a także filmu). Jednocześnie, jak zauważają australijscy badacze – medioznawca Lyn Gorman i historyk David McLean, powołując się na amerykańskie studia Michelle Hilmes i Susan Douglas, radio jest jednym z najbardziej wpływowych przez dekady i równocześnie najbardziej zaniedbanych przez medioznawstwo mediów²³. Regularne studia nad jego wpływem rozpoczęto dopiero w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, odkrywając rolę, jaką odegrało w historii społecznej w USA i na świecie:

Interpretacje roli radia pod koniec lat 30. najczęściej skupiają się na trzech obszarach: polityce, konsumpcjonizmie oraz tożsamości narodowej i kulturowej. Pierwsze programy radiowe często zawierały przekaz polityczny: pionierska transmisja z rozgłośni KDKA w Pittsburgu dotyczyła wyników wyborów prezydenckich w USA. Dzięki powstającym w latach 20. i 30. sieciom radiowym kandydaci na stanowiska polityczne zyskali możliwość dotarcia do odbiorców z całego kraju, nie tylko regionu. W XX wieku związki między mediami a politykami stawały się coraz silniejsze, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę rosnące w postępie geometrycznym nakłady na kampanie wyborcze. Przykładem skutecznego wykorzystania radia w latach 30. były ‘rozmowy przy kominku’ Prezydenta Franklina D. Roosevelta. Dla Roosevelta radio było politycznym instrumentem ułatwiającym wygraną w wyborach, uciszenie przeciwników i zdobycie akceptacji Amerykanów wobec kroków podejmowanych w polityce krajowej i zagranicznej, w tym programu Nowego Ładu i zmiany izolacjonistycznego podejścia Ameryki na rzecz większego zaangażowania za granicą.²⁴

Zdaniem Susan Douglas to radio stworzyło wspólnoty wyobrażone i wzmocniło świadomość narodową Amerykanów²⁵. Dodać można, że medium to odegrało znaczącą rolę w stworzeniu globalnego porządku geopolitycznego, zwanego Pax Americana, istniejącego po dziś dzień. Co więcej, radio współtworzyło kulturę konsumpcjonizmu oraz przyczyniło się do rozwoju poważnego dziennikarstwa, m.in. politycznego, otwierając się na przekaz reklamowy i informacyjny. Dawało upragnioną rozrywkę, przyciągając tłumy odbiorców atrakcyjną ofertą muzyczną. Trzeba też przypomnieć o panice, wywołanej przez audycję radiową „Wojna światów” Orsona Wellesa (na podstawie powieści George’a Herberta

²³ L. GORDON, D. MCLEAN, *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, przeł. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2010, s. 73.

²⁴ Tamże, s. 74.

²⁵ Tamże, s. 75.

Wellsa), w której dziennikarz relacjonował w formie reportażu radiowego z elementami wywiadów fikcyjną inwazję kosmitów²⁶. Późniejsze badania Paula Lazarsfelda dla Fundacji Rockefellera wykazały wprawdzie, że panice (relacjonowanej obszernie przez prasę) ulegli przede wszystkim ci odbiorcy, którzy nie słyszeli całej audycji, do dziś jednak pozostaje ona w świadomości nadawców dowodem na siłę i wysoką sugestywność przekazu radiowego. Studia Lazarsfelda nad efektem oddziaływania mass mediów potwierdziły siłę wpływu tego medium, choć ukazały też wielowarstwowość problemu w kontekście złożonych wzorców recepcji medium. Lazarsfeld sam jednak we wstępie do publikacji podsumowującej wyniki badań tzw. Radio Research Project pisze wyraźnie, że wobec sytuacji w Europie pytaniem zasadniczym nie jest już, czy należy wykorzystywać radio jako narzędzie propagandowe, ale raczej – jak to robić skutecznie²⁷. Już przed II wojną światową świadomość perswazyjnej roli radia w środowisku badaczy komunikacji była zatem wysoka, choć to właśnie dopiero II wojna światowa przyniesie pogłębienie studiów nad efektami oddziaływania mass mediów i propagandy, łącznie z powstaniem i weryfikacją „koncepcji pocisku” czy „koncepcji ukłucia podskórnego”²⁸.

3. RADIO W II RP: MARSZAŁEK, PREZYDENT I „DZIWACZNA TRĄBA”

Wobec wielkiej popularności i siły oddziaływania tego środka przekazu za Oceanem, potwierdzonej także w Europie, nie należy się dziwić, że również politycy w odrodzonej Polsce starali się korzystać z nowego medium, które od pierwszych regularnych audycji w kwietniu 1926 r. zaczęło zdobywać masowych odbiorców (w 1939 r. jest to już ponad milion zarejestrowanych abonentów, a zatem można przyjąć, że rzeczywista liczba odbiorców sięgała kilku milionów obywateli). Apogeum tego zainteresowania przypada na lata trzydzieste, kiedy to rząd wykupuje 95% akcji Polskiego Radia i radio staje się *de facto* organem komunikacji rządu z obywatelami, ale też, co ciekawe, dzięki bardzo szerokiej korespondencji słuchaczy z radiem – narzędziem umożliwiającym opóźnione

²⁶ O. WELLES, *Wojna światów* [adaptacja powieści G.H. Wellsa], audycja radiowa CBS, Mercury Theatre, 30 października 1938, materiał dostępny w Internet Archive, <https://archive.org/details/WarOfTheWorlds1938RadioBroadcast256kbps> (dostęp: 10 I 2018).

²⁷ P.F. LAZARFELD, *Radio and the printed page*, New York: Duell, Sloan and Pearce 1940, online: <https://archive.org/details/radiotheprintedp00lazarich> (dostęp: 10 stycznia 2018).

²⁸ Y. WINKIN, *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*, przeł. A. Karpowicz, wstęp W.J. Burszta, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2007, s. 41.

sprzężenie zwrotne, czyli komunikację obywateli z władzą (świadczy o tym ok. 300 tysięcy listów od słuchaczy wysłanych w 1939 r. do rozgłośni radiowej)²⁹.

Już jednak w poprzedniej dekadzie politycy w Polsce podejmowali eksperymenty medialne – trzeba tu wspomnieć o pierwszych, niestety niezachowanych, wystąpieniach radiowych (pierwsze transmisje radiowe nie były bowiem nagrywane) i pierwszej zarejestrowanej wypowiedzi politycznej na płycie dźwiękowej, jaką nagrał Józef Piłsudski na prośbę Bronisława Rudzkiego, właściciela firmy fonograficznej Rudzki i Glier – Warszawska Wytwórnia Instrumentów Muzycznych, mieszczącej się przy ul. Płockiej. Nagrania dokonano 5 września 1924 r., różne źródła podają przynajmniej trzy odmienne lokalizacje: Belweder (skąd miała odbywać się bezpośrednia transmisja przez Polskie Radio), dworek Milusin w Sulejówku oraz mieszkanie Kazimierza Świtalskiego³⁰. Najbardziej prawdopodobna wydaje się wersja o nagraniu fonograficznym wykonanym w zaaranżowanych warunkach studyjnych tego samego dnia *ex-post*, tj. po wcześniejszym wygłoszeniu przemówienia przed publicznością w Belwederze. W każdym razie była to eksperymentalna rejestracja na płycie gramofonowej dwóch krótkich przemówień Piłsudskiego, z których jedno dotyczy etosu pracy, drugie natomiast zawiera życzenia, by polskie dzieci mogły cieszyć się niepodległością i jest pochwałą radości życia. Celem rejestracji była zbiórka publiczna na rzecz Uniwersytetu im. Stefana Batorego w Wilnie. Zdaniem M. Dawidziak-Kładocznej to zbyt mały zbiór, by wyciągać z nich wnioski dotyczące np. intonacji, zwłaszcza że jej zdaniem warunki nagrania nie były naturalne, lecz studyjne, a zatem stwarzały możliwość powtarzania tekstu aż do osiągnięcia pożądanego rezultatu. Warto tu przytoczyć przynajmniej jedno fonograficzne przemówienie Piłsudskiego, jego wypowiedź jest bowiem cenna nie tylko z powodów historycznych, ale też ze względu na zawartą w niej refleksję nad nowym medium:

Stoję przed jakąś dziwną trąbą i myślę, że głos mój ma się oddzielić ode mnie i pójść gdzieś w świat beze mnie, jego właściciela. Zabawne pomysły mają ludzie! Doprawdy, trudno się nie śmiać z tej dziwnej sytuacji, w której nagle głos pana Piłsudskiego się znajdzie. Wyobrażam sobie tę zabawną chwilę, gdy jakiś ananas korbą

²⁹ Dane liczbowe przytaczam za: I. KAMIŃSKA-SZMAJ, *Agresja językowa w życiu publicznym*, s. 13.

³⁰ Pierwszą wersję podaje Polskie Radio w materiałach z okazji 90-lecia rozgłośni (*Historie dobrze opowiedane od 90 lat: 1924 Przed mikrofonem Marszałek Józef Piłsudski*, Polskie Radio, <https://www.polskieradio.pl/231/4402/Ksiazka/Rok1925/2> (dostęp: 10 stycznia 2018), drugą – Muzeum Piłsudskiego w Sulejówku (M. ROGALSKA, *Głos Pana Marszałka*, serwis Muzeum Piłsudskiego w Sulejówku, <http://muzeumpilsudskiblog.pl/glos-pana-marszalka/> (dostęp: 10 stycznia 2018)), trzecią zaś M. DAWIDZIAK-KŁADOCZNA, „*Cherlacy z sercem oziębłym*”, s. 18. Dalsze informacje na temat tego nagrania przytaczam za tymi trzema źródłami oraz na podstawie analizy materiału archiwalnego nagrania.

nakręci, śrubkę naciśnie i jakaś trąba, zamiast mnie, gadać zacznie. Ciekawe! Chciałbym widzieć wtedy zebrane dzieci, do których trąba ludzkim głosem gada. A gdy pomyślę, że wśród tych dzieci nagle znaleźć się mogą moje własne, które na pewno pomyślą, że tatuś z nimi gdzieś za trąbą w chowanego się bawi, pusty śmiech mnie bierze, że ten biedny mój głos ode mnie oddzielony, przestał nagle być moją własnością i należy już, nie wiem do kogo, nie wiem do czego: do trąby czy do jakiegoś akcyjnego towarzystwa. Najzabawniejsza jest jednak myśl, że kiedy mnie już nie będzie, głos pana Piłsudskiego sprzedawany będzie za trzy grosze gdzieś na jarmarkach, prawie na funty, jak pierniki, prawie na łuty, jak jakie cukierki. I gdy przed tą maszynką stoję, wciąż mnie jedna myśl prześladowuje, bym mógł uwiecznić nie głos, lecz śmiech. Głosem z trąby błagam: matki i ojcowie, gdy sami śmiać się nie możecie, w kąć rzućcie instrumenty pedagogiczne, gdy wesoły srebrny dzwonek śmiechu roześmianych buziaków dziecinnych w waszych domach się rozlega. Niech się śmieją polskie dzieci śmiechem odrodzenia, gdy wy tego nie umiecie! A gdy wam teraz do śmiechu już usta się układają, śmiećcie się do woli, gdy ja z tej trąby was żegnam pustym, dziecinnym, żołnierskim śmiechem i słowem: do widzenia! 05.09.1924³¹.

Poczucie oddzielenia głosu od podmiotu mówiącego i dokonująca zapisu sygnału dźwiękowego aparatura (a zatem interfejs) medium stanowią tu najbardziej podkreślane elementy sytuacji komunikacyjnej, świadczące o wielkim wrażeniu, jakie medium wywoływało na ludziach tej epoki. Można też mówić tu o refleksji nad utowarowieniem czy komercjalizacją procesu komunikacji, a jednocześnie nad jej archiwizacją, dokumentacją dla przyszłych pokoleń. Wrażenia te można próbować porównać do nie tak dawno doświadczanych przez nas pierwszych wideorozmów przez komunikatory internetowe, które dają współczesnym ludziom poczucie realnej obecności na drugim końcu świata, stanowiąc namacalny dowód istnienia noosfery i procesu kurczenia się przestrzeni geograficznej dzięki telekomunikacji.

Nagrań z lat dwudziestych nie zachowało się, niestety, zbyt wiele, są one bardzo krótkie i zazwyczaj w złym stanie technicznym. Polskie Radio z okazji jubileuszu 90-lecia swego istnienia upubliczniło zaledwie kilka krótkich (trwających od pół minuty do dwu minut) zachowanych wypowiedzi z lat dwudziestych i trzydziestych – gen. Józefa Piłsudskiego, Wincentego Witosa, gen. Józefa Becka, Stefana Żeromskiego, a także transmisji z wizyty ministra spraw zagranicznych Włoch Galeazza Ciana w Krakowie, pieśń „Pierwsza Kadrowa” w wykonaniu Chóru Juranda i wywiad z por. Franciszkiem Żwirko.

Nie oznacza to, że transmisje przemówień polityków były rzadkie – początkowo nie dokonywano po prostu ich rejestracji, pozwalano, by głos szedł w eter,

³¹ J. PIŁSUDSKI, *Przemówienie Marszałka Józefa Piłsudskiego na rzecz Uniwersytetu im. Bato-rego w Wilnie*, nagranie dźwiękowe, płyta gramofonowa: Parlophon, 5 września 1924, online: https://www.youtube.com/watch?v=oOcBRyQtb_w&t=48s (dostęp: 10 stycznia 2018).

nie archiwizowano go. Z czasem ważne przemówienia, zgodnie z tradycją parlamentaryzmu polskiego poprzednich epok, wydawano drukiem. Tak stało się m.in. z przemówieniami radiowymi prezydenta Ignacego Mościckiego, wygłaszanymi w latach 1936, 1937 i 1938, na cześć Józefa Piłsudskiego już po jego śmierci, w dniu jego imienin³². Ich analiza wskazuje na świadomie podniosły, wręcz patetyczny ton wypowiedzi okolicznościowej, niewątpliwie ma to jednak związek także z wykorzystaniem radia jako medium transmisji. Mościcki nie nawiązuje już jednak do nowości medium – w latach trzydziestych stało się ono bowiem powszechne, nie jest to wciąż „dziwaczna trąba”, ale normalny sposób komunikowania się ze społeczeństwem w ważnych dla niego chwilach, także dla podtrzymywania wspólnoty wyobrażonej. Niewątpliwie było to działanie w myśl zasady dobrej polityki, wyrażonej przez Thomasa Raleigha:

Pamiętać należy, że państwo cywilizowane otrzymuje siłę od własnych poddanych; bez ich współdziałania rząd straciłby swój charakter polityczny i przybrał postać armii nieprzyjacielskiej, która kraj zajęła. Niekiedy mówimy, że rząd silnym jest, ponieważ posiada wielu żołnierzy i policji; z większą atoli słuszością moglibyśmy powiedzieć, że siła rządu proporcjonalną jest liczbie osób, mających do niego zaufanie, albowiem każdy wierny poddany państwa pomaga do wywierania nacisku na tych, co lekceważą prawa³³.

Radio buduje zaufanie społeczne do władzy. Ulotność kontaktu z dalekim głosem transmitowanym przez radio przypomina przecież zwykłą komunikację interpersonalną, można zatem widzieć w początkowym braku zapisów transmisji świadectwo tego, że radio rzeczywiście jest – jak chciał Marshall McLuhan – „przedłużeniem ucha” czy „bębnem plemiennym”, który wciąga nas w trans i pozostawia bezbronni wobec przemożnego oddziaływania głosu i muzyki na nasze zmysły i system nerwowy³⁴.

Oprócz chęci oddziaływania na emocje tłumów, trzeba też wspomnieć o bardziej prozaicznych powodach zainteresowania radiem przez polityków tej epoki – w II RP żywotny był przecież problem analfabetyzmu wyborców, który sytuował

³² I. MOŚCICKI, *Przemówienia przez radio Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej prof. Ignacego Mościckiego w rocznicę imienin Pierwszego Marszałka Polski Józefa Piłsudskiego 1936-1937-1938*, Warszawa: Drukarnia Gospodarcza 1938, online: <https://polona.pl/item/przemowienia-przez-radio-prezydenta-rzeczypospolitej-polskiej-prof-ignacego-moscickiego,NzU4NjQ5MzU/19/#index> (dostęp: 15 grudnia 2017).

³³ T. RALEIGH, *Elementarne zasady polityki*, przeł. J. Nowak, Warszawa: Gebethner i Wolff, Kraków: G. Gebethner 1906, s. 28-29, online: <https://polona.pl/item/elementarne-zasady-polityki,MjQ0MDY1NzM/6/#item> (dostęp: 15 grudnia 2017).

³⁴ M. MCLUHAN, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Introduction L.H. Lapham, Cambridge, MA–London: The MIT Press 1994 (1964), s. 298.

komunikację publiczną w kontekście oralności pierwotnej³⁵. Radiowy dostęp do tej części społeczeństwa można pojmować jako próbę demokratyzacji dyskursu publicznego, socjalizacji politycznej, a także informacji i edukacji lub po prostu jako racjonalne wykorzystanie wszelkich możliwych kanałów komunikacyjnych zgodnie ze stanem technologii. Można jednak za Szekspirem traktować ucho jako tajemne wejście do ludzkiej podświadomości (zresztą zgodnie z intuicjami McLuhana czy Levinsona, mówiącymi o wtargnięciu dyskursu publicznego do sfery prywatnej, domowej człowieka), a zatem jako wejście polityki do życia rodzinnego czy nawet intymnego³⁶. W przemówieniach radiowych Ignacego Mościckiego, mimo podniosłości tonu, widoczne są fragmenty, które ewidentnie nawiązują do komunikacji nieformalnej, rozmowy towarzyskiej czy gawędy, w każdym razie narracji zakorzenionej w oralności, nie w piśmienności. To elementy anegdoty, przywołania słów Piłsudskiego, ale też wspomnienia zwykłych sytuacji komunikacyjnych, w których bohater jawi się żywym człowiekiem:

W rozmowach ze mną Piłsudski nieraz bardzo gwałtownie się zżymał na bardzo liczną u nas małość ludzką, która Mu wielce utrudniała konstruktywną pracę dla przyszłości Polski. To jego zżymanie się było nieraz bardzo mocne i mogło się nawet czasem zdawać, że z obrzydzeniem i niechęcią chce odejść od pracy. A jednak duch Jego niezłomny, będący wcieleniem największych i najpiękniejszych tradycji naszej przeszłości, nie uległ osłabieniu³⁷.

Trzeba podkreślić, że w radiu przemówienie staje się swoistą gawędą „przy kominku”, współczesnym eposem, opowieścią o bohaterskich czynach. To dlatego Małgorzata Kita wyróżnia dyskurs radiowy jako specyficzną odmianę dyskursu medialnego³⁸. Wspomina przy okazji o dwóch modelach odbiorczych: społecznym (przez głośnik) i indywidualnym (przez słuchawki). Modele te rozpowszechniły się już od samego początku, a zwłaszcza po I wojnie światowej, czyli

³⁵ Por. W.J. ONG, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum., wstęp, red. J. Japola, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2011, s. 42. W kontekście językoznawczym zob. interesujący artykuł na ten temat: U. ŻYDEK-BEDNARCZUK, *Dyskurs medialny*, w: *Styl współczesnej polszczyzny*, s. 179-198; w medioznawstwie myśl Onga w Polsce popularyzowali Eugeniusz Wilk (zob. E. WILK, *Nawigacje słowa. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych*, Kraków: Wydawnictwo RABID 2000) i Monika Górską-Olesińską (zob. M. GÓRSKA-OLESIŃSKA, *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego 2009).

³⁶ Por. uwagi Paula Levinsona na temat przypisania radia i telefonu Bella do przestrzeni domu oraz o regresie prywatności w kontekście telefonii komórkowej: P. LEVINSON, *Telefon komórkowy. Jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji*, przeł. H. Jankowska, wstęp T. Goban-Klas, Warszawa: Wydawnictwo MUZA S.A. 2006, s. 66.

³⁷ I. MOŚCICKI, *Przemówienia przez radio Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej*, s. 12.

³⁸ M. KITA, *Dyskurs radiowy*, w: *Styl współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków: Universitas 2013, s. 313-346.

w omawianym okresie. Podkreślić tu należy zwłaszcza odbiór w grupie, to bowiem wymiar społeczny medium zaważył na jego popularności, zresztą model indywidualnego odbioru przez słuchawki długo jeszcze wiązał się z koniecznością relacjonowania innym treści przekazu³⁹. Radio w ujęciu M. Kity:

[t]o także medium więzi i bliskości ze słuchaczem [...] tę właściwość wzmaga użycie przez dziennikarzy radiowych kategorii pierwszej osoby liczby mnogiej w funkcji tropu stylistycznego oraz form adresatywnych zmniejszających dystans, czyli właściwości języka potocznego. [...] Dla słuchacza ważny jest natomiast ‘głos’ tego, kogo słyszy, kiedy włącza odbiornik radiowy [...] A słyszy prezentera, dziennikarza, polityka, eksperta, artystę, wreszcie też ‘zwykłego człowieka’⁴⁰.

Warto zastanowić się, jakim ‘głosem’ mówią politycy II RP. Można zauważyć tu wspomniane cechy potoczności, a także emocjonalizm i przemyślane snucie opowieści, określane dziś mianem *storytelling*. W omawianym przemówieniu Ignacy Mościcki w wielu miejscach podkreśla swoje emocje, a także uczucia innych ludzi, które towarzyszyły opisywanym przez niego wydarzeniom politycznym – w czym można także widzieć element *residuum* oralności, snucie mitu początku odrodzenia polskiej państwowości. Wprowadza to niewątpliwie element aktywizujący uwagę słuchaczy przy odbiornikach radiowych, gawędzie politycznej nadaje bowiem rys prawdziwości obserwacji czy wspomnienia, a gawędziarzowi – rolę świadka bohaterskiej historii. Mowa tu o pełnej gamie emocji: „ja, który miałem szczęście patrzenia przez 41 lat na działalność Marszałka” (o sobie i Marszałku), „były to potężne uczucia, które porównać można tylko z uczuciem Matki” (o miłości Piłsudskiego do Polski), o „najstraszniejszej historii, mrozącej krew w żyłach” (o zabójstwie prezydenta Narutowicza), o „najsmutniejszej chwili” (śmierci Marszałka)⁴¹. Są tu zatem elementy przykuwające uwagę, wątki kryminalne, zbrodnie i przywołanie poczucia zagrożenia, narastający suspens, a także ukojenie i podniosłość; te ostatnie nierozłącznie towarzyszą postaci Piłsudskiego. Nawet jeśli narracja ta nie odpowiada strukturalnie modelowi baśni czy eposu, sposobem użycia języka, swą emocjonalnością, plastycznością i przywoływaniem formuł potwierdzających charakter świadectwa nawiązuje do dziedzictwa oralnego i do cech charakterystycznych dla retoryki staropolskiej stosowanej w mowach parlamentarnych (choć przecież nie do samych figur retorycznych tego czasu)⁴².

³⁹ Tamże, s. 314.

⁴⁰ Tamże, s. 315 i 317.

⁴¹ Por. I. MOŚCICKI, *Przemówienia przez radio Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej*, odpowiednio s. 11, 14, 18, 24.

⁴² M. DAWIDZIAK-KŁADOCZNA, *Językowe aspekty kultury politycznej Sejmu Wielkiego*, Częstochowa: Wydawnictwo Akademii Jana Długosza 2012, s. 17.

4. REFLEKSJE KOŃCOWE

Działania polityczne, podobnie jak każda aktywność ludzka, wpisują się zawsze w kontekst kulturowy danej epoki, zarówno w obszarze mentalnym (tego, co można pomyśleć w danej epoce z uwagi na stan wiedzy, dominujące paradygmaty poznawcze oraz preferowane dyskursy), jak i w obszarze komunikacyjnym (tego, jak i za pomocą jakich środków technicznych można wyartykułować daną myśl). Tym samym próba spojrzenia na sto lat polskiej myśli politycznej i przemiany języka polityki tego czasu jest wielkim wyzwaniem. Niewątpliwie jednak, mając świadomość problemów natury metodologicznej, próbę taką podejmować warto, aby uzmysłowić sobie specyfikę tego obszaru badawczego, dynamikę transformacji kulturowych oraz przewartościowania, jakie dokonały się w sferze zarówno aksjologicznej, jak i komunikacyjnej. Niniejszy tekst jest raczej próbą uzyskania pewnego przybliżonego obrazu tych zmian, a nie obrazu ostatecznego i pełnego. W tym celu należałoby niewątpliwie przeanalizować znacznie szerszy materiał, z różnych epok historycznych i ustrojów politycznych, a nie tylko wybrane przykłady realizacji dyskursu politycznego, obrazujące punkt wyjścia dla omawianych transformacji.

Zmiany językowe są faktem ogólnie znanym i dostrzeganym nie tylko przez fachowców; wystarczy wziąć do ręki tekst sprzed 100 lat, aby zadumać się nie tylko nad przemianami w otaczającym nas świecie, ale i nad odmiennymi środkami językowymi, stosowanymi w opisie i interpretacji świata⁴³.

– zauważa Krystyna Kleszczowa, rozpoczynając swoje rozważania o poziomach zmian językowych. Tekst niniejszy wypływa właśnie z podobnej zadumy, to jednak, co było przedmiotem mojego zainteresowania, to przede wszystkim całościowa przemiana samego procesu komunikacji politycznej, jego warunków oraz kontekstów kulturowych i technicznych, a także wpływ tych czynników na formułowaną wypowiedź polityczną. Wśród licznych powodów do zaskoczenia i pewnej zadumy można tu wymienić historyczną niezmienną zainteresowania polityków dostępnymi nowymi technologiami oraz ich wiarę w trwałość przekazu ideowego spajającego naród, tworzącego więzi za pośrednictwem mediów, a wraz z nimi naszą wspólnotową tożsamość.

⁴³ K. KLESZCZOWA, *Poziomy zmian językowych*, w: TAŻ, *Tajemnice dynamiki języka. Księga jubileuszowa*, (seria: Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, 2901), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2012, s. 75.

BIBLIOGRAFIA

- BORKOWSKI I.: Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981-1995, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2003.
- BRALCZYK J.: Język polityki i polityka językowa, „Socjolingwistyka” 1 (1977), s. 92-97.
- BRALCZYK J.: O języku naszej propagandy, „Zeszyty Prasoznawcze” 1981, nr 3, s. 11-22.
- BRALCZYK J.: O rytuale propagandowym, „Zeszyty Prasoznawcze” 1986, nr 2, s. 21-26.
- BRIGGS A., BURKE P.: Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu, przeł. J. Jedliński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010
- DAWIDZIAK-KŁADOCZNA M.: „Cherlacy z sercem oziębłym”. O języku pism i mów Józefa Piłsudskiego, Łask: Oficyna Wydawnicza LEKSEM 2004.
- DAWIDZIAK-KŁADOCZNA M.: Językowe aspekty kultury politycznej Sejmu Wielkiego, Częstochowa: Wydawnictwo Akademii Jana Długosza 2012.
- DIJK T.A. VAN: Badania nad dyskursem, w: Dyskurs jako struktura i proces, red. T.A. VAN DIJK, tłum. G. Grochowski, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2001.
- DOBEK-OSTROWSKA B.: Propaganda jako forma komunikowania, w: B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA, Teoria i praktyka propagandy, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1999, s. 7-28.
- FRAS J.: Język propagandy politycznej, w: B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA, Teoria i praktyka propagandy, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1999, s. 84-110.
- GÓRSKA-OLESIŃSKA M.: Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy, (seria: Studia i Monografie, 427), Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego 2009.
- Historie dobrze opowiedane od 90 lat: 1924 Przed mikrofonem Marszałek Józef Piłsudski, Polskie Radio, online: <https://www.polskieradio.pl/231/4402/Ksiazka/Rok1925/2> (dostęp: 10 I 2018).
- KAMIŃSKA-SZMAJ I.: Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918-2000, (seria: Acta Universitatis Wratislaviensis, 2975), Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2007.
- KITA M.: Dyskurs radiowy, w: Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków: Universitas 2013, s. 313-346.
- KLESZCZOWA K.: Poziomy zmian językowych, w: TAŻ, Tajemnice dynamiki języka. Księga jubileuszowa, (seria: Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, 2901), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2012, s. 75-88.
- LAZARSELD P.F.: Radio and the printed page, New York: Duell, Sloan and Pearce 1940, online: <https://archive.org/details/radiotheprintedp00lazarich> (dostęp: 10 I 2018).
- LEVINSON P.: Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej, przeł. H. Jankowska, Warszawa: Wydawnictwo MUZA S.A. 1999.
- LEVINSON P.: Telefon komórkowy. Jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji, przeł. H. Jankowska, wstęp T. Goban-Klas, Warszawa: Wydawnictwo MUZA S.A. 2006.
- LOEWE I.: Gatunki perswazyjne w komunikacji społecznej, „Roczniki Humanistyczne” 60 (2012), z. 6: Językoznawstwo, s. 169-179.
- MCLUHAN M.: Understanding Media. The Extensions of Man, Introduction L.H. Lapham, Cambridge, MA–London: The MIT Press 1994 (1964).
- MOŚCICKI I.: Przemówienia przez radio Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej prof. Ignacego Mościckiego w rocznicę imienin Pierwszego Marszałka Polski Józefa Piłsudskiego 1936-1937-1938, Warszawa: Wojskowy Instytut Naukowo-Oświatowy 1938, online: <https://polona.pl/item/przemowienia-przez-radio-prezydenta-rzeczypospolitej-polskiej-prof-ignacego-moscickiego,NzU4NjQ5MzU/19/#index> (dostęp: 15 grudnia 2017).
- ONG W.J.: Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii, tłum., wstęp, red. J. Japola, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2011.

- PÍLSUDSKI J.: Przemówienie Marszałka Józefa Piłsudskiego na rzecz Uniwersytetu im. Batorego w Wilnie, nagranie dźwiękowe, płyta gramofonowa: Parlophon, 5 września 1924, online: https://www.youtube.com/watch?v=oOcBRyQtb_w&t=48s (dostęp: 10 I 2018).
- PISAREK W.: Szkic wstępu do politolingwistyki, „Prace Filologiczne” 33 (1986), s. 55-60.
- RALEIGH T.: Elementarne zasady polityki, przeł. J. Nowak, Warszawa: Gebethner i Wolff, Kraków: G. Gebethner 1906, online: <https://polona.pl/item/elementarne-zasady-polityki,MjQ0MDY1NzM/6/#item> (dostęp: 15 XII 2017).
- ROGALSKA M.: Głos Pana Marszałka, serwis internetowy Muzeum Piłsudskiego w Sulejówku, <http://muzeumpilsudskiblog.pl/glos-pana-marszalka/> (dostęp: 10 I 2018).
- SIERADZKA-BAZIUR B.: Język polityki – dotychczasowe prace oraz perspektywy badawcze, „Horyzonty Polityki” 2 (2011), nr 2, s. 89-110.
- WALCZAK B.: Co to jest język polityki?, w: Język a kultura, t. 11: Język polityki a współczesna kultura polityczna, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej 1994, s. 15-20.
- WELLES O.: Wojna światów [adaptacja powieści G.H. Wellsa], audycja radiowa CBS, Merkury Theatre, 30 października 1938, materiał dostępny online w Internet Archive, <https://archive.org/details/WarOfTheWorlds1938RadioBroadcast256kbps> (dostęp: 10 I 2018).
- WILK E.: Nawigacje słowa. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych, Kraków: Wydawnictwo RABID 2000.
- WINKIN Y.: Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych, tłum. A. Karpowicz, wstęp W.J. Burszta, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2007.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: Dyskurs medialny, w: Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków: Universitas 2013, s. 179-198.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: Dyskurs medialny w analizie interdyscyplinarnej, w: Zjawiska językowe we współczesnych mediach, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Kraków: Collegium Columbinum 2016, s. 13-24.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu, Kraków: Universitas 2005.

TRANSFORMACJE JĘZYKA POLITYKI A MEDIA (1918-1939):
PREZYDENCKIE PRZEMÓWIENIA RADIOWE A DYSKURS PUBLICZNY II RP

Streszczenie

Celem artykułu jest ukazanie komunikacyjnych i kulturowych aspektów transformacji języka polityki, jakie nastąpiły pod wpływem rozwoju technologii medialnych oraz procesów społecznych XX wieku i kształtowały dyskurs publiczny. Analizie poddane zostało zjawisko, jakim jest język polityki czy – szerzej – komunikacji politycznej w kontekście mediów masowych. Wykorzystując elementy analizy treści, autorka podjęła próbę analizy i interpretacji materiału historycznego. Oglądowi zostały poddane komunikaty medialne, których nadawcami są czołowi politycy II RP, oraz ich podejście do nowych mediów epoki. Dokonując analizy dyskursu polityki początków odrodzonej polskiej państwowości i zastanawiając się nad różnicami w procesie komunikowania względem współczesności, autorka próbuje wskazać kierunki przemian komunikacji politycznej i języka polityki, które pojawiły się w XX wieku i częściowo trwają do dziś, choć zmieniły się media i technologie upowszechniania informacji oraz autoprezentacji politycznej.

Słowa kluczowe: język polityki; komunikowanie polityczne; mass media; nowe media; dyskurs medialny; przemówienie radiowe; II RP.

TRANSFORMATIONS OF THE LANGUAGE OF POLITICS AND MEDIA (1918-1939):
THE PRESIDENT'S RADIO SPEECHES AND PUBLIC DISCOURSE
OF THE SECOND POLISH REPUBLIC

S u m m a r y

The aim of this paper is to show communication and cultural aspects of transformations of the language of politics which took place as the result of the impact of development of media technologies and social processes of 20th century, which have formed public discourse. The analysis describes the phenomenon of the language of politics or — widely — political communication in the context of mass media. Using the elements of content analysis method, the author made the attempt to analyse and interpret historical material. Analysed media content, which senders were the major politicians of the epoch of Second Polish Republic, as well as their attitude towards new media of that time. Giving the analysis of the political discourse of the epoch, and reflecting on differences in communication process at the beginning of the rebirth of Polish state in comparing to the contemporariness, the paper was the attempt to indicate the tendencies of transformations of political communication and the language of politics, which appeared in 20th century and to some extent survived up to these days, even if the media and technologies of dissemination of information and political autopresentation have changed.

Key words: language of politics; political communication; mass media; new media; media discourse; radio speech; Second Polish Republic.