

Piotr Lewiński*

Obiekty ideologiczne w argumentacji aksjologicznej

Wstęp

Argumentacja aksjologiczna odnosi się do kwestii dotyczących etyki, polityki albo estetyki. W przypadku sądów asertorycznych gwarant poprawności rozumowania opiera się na weryfikowalnej obserwacji stanów rzeczy (prawda – fałsz), ale w przypadku sądów aksjologicznych gwarant opiera się na ideologii, rozumianej jako „zbiór względnie trwałych odniesień do uogólnionych sądów aksjologicznych w dyskursie o tematyce społeczno-politycznej”¹.

Ideologia charakteryzuje się „myśleniem według wartości”², co, ogólnie rzecz biorąc, oznacza redukcję znaczenia na rzecz ogólnie pojętej emocjonalizacji. Według koncepcji Stephena Toulmina, podstawę wnioskowania stanowi gwarant, który może być utożsamiony ze zbiorem reguł ogólnych³, stanowiących bazę aksjologiczną danej grupy społecznej⁴. Funkcją gwaranta jest uwiarygodnienie inferencji. Odnosi się on zatem do samej procedury wnioskowania. Gwarant stanowi regułę ogólną, akceptowaną przez oponenta i/lub audytorium na mocy wiedzy pragmatycznej. James B. Freeman⁵ rozróżnia cztery typy gwaranta: aprioryczny (z wiedzy o świecie), instytucjonalny (z zasad normatywnych i prawnych), empiryczny (z doświadczenia i obserwacji) i krytyczny (z krytycznej refleksji).

* Prof. dr hab., Zakład Językoznawstwa Stosowanego, Instytut Filologii Polskiej, Uniwersytet Wrocławski, e-mail: piotr.lewinski@uwr.edu.pl.

1 A. Awdiejew, *Ideologia, postawa a komunikacja*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2008, s. 86.

2 M. Karwat, *Cechy myślenia ideologicznego*, [w:] *Ideologie...*, s. 42.

3 P.H. Lewiński, *Neosofistyka: argumentacja retoryczna w komunikacji potocznej*, Wrocław 2012, s. 106–107.

4 A. Awdiejew, *Argumentacja aksjologiczna w komunikacji publicznej*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 2. Motywacje psychologiczne i kulturowe w komunikacji*, red. G. Habrajska, Łask 2008, s. 29–40.

5 J.B. Freeman, *Systematizing Toulmin's Warrants: an Epistemic Approach*, „Argumentation” 2005, no. 19, s. 331–346.

W argumentacji aksjologicznej mamy do czynienia z gwarantem empirycznym, reprezentowanym przez stereotypy, generalizacje czy uogólnione obiekty kulturowe, oraz gwarantem krytycznym reprezentowanym przede wszystkim przez obiekty ideologiczne, przy czym przez obiekty kulturowe rozumiem powszechniki funkcjonujące w danej kulturze, przez nią wyodrębniane i wartościowane, występujące jako reprezentacje przekonań. Ten rodzaj obiektów jest najbardziej zaksjologizowany, po części odpowiada zaproponowanej przez Rolanda Barthes'a koncepcji mitu rozumianego jako kulturowy sposób konceptualizowania i rozumienia rzeczywistości. Obiekty ideologiczne stanowią podklasę obiektów kulturowych, od których różnią się tym, że nawet w obrębie tej samej kultury przyjmują różną atrybucję, tworząc konkurujące ze sobą systemy ideologiczne, w których są różnie wartościowane⁶.

W odróżnieniu od gwarantów: koniecznego i instytucjonalnego, które są pewne, gwarant empiryczny oraz krytyczny są jedynie w różnym stopniu prawdopodobne.

Typologia obiektów

Bardzo istotnym rozróżnieniem zdaje się podział na obiekty rzeczywiste i obiekty hipostazowane (onomatoidy). Obiekty rzeczywiste, takie jak RODZINA, SEJM, UNIA EUROPEJSKA mogą bowiem stanowić percypowalny punkt odniesienia, któremu można przypisać różne atrybucje, onomatoidy pełnią wyłącznie funkcje aksjologiczno-emotywne.

Centralnym zagadnieniem argumentacji aksjologicznej pozostaje sposób interpretacji różnych obiektów, a więc ich definiowanie oraz ich przydatność w funkcji gwaranta. Przyjrzyjmy się zatem bliżej wymienionym obiektom. Mamy tu:

- **Obiekty uniwersalne** – występują powszechnie i mają powszechnie przypisane wartościowanie, choć mogą mieć różne semantyzacje i konotacje, np. ŻYCIE, WOLNOŚĆ, SPRAWIEDLIWOŚĆ, ZDRADA. Są mocne, wartościują jednoznacznie pozytywnie lub jednoznacznie negatywnie.
- **Obiekty interdyskursywne** – występują powszechnie i mogą mieć zmienne wartościowanie, różne semantyzacje i konotacje, np. BÓG, NARÓD, DEMOKRACJA, MONARCHIA. W przypadku tych obiektów wartościowanie nie jest jednoznaczne i może przyjmować przeciwstawne wartości, np. DEMOKRACJA:
 - Moim ideałem politycznym jest demokracja. Chciałbym, żeby każdy człowiek był szanowany jako jednostka i żeby nikogo nie wynoszono na piedestał (Albert Einstein).

⁶ A. Awdiejew, *Ideologia...*, s. 67–68.

- Demokracja zastępuje mianowanie zepsutej mniejszości wyborem dokonany przez niekompetentną większość (George Bernard Shaw).
 - Demokracja jest sztuką kierowania cyrkiem z klatki dla małp (Henry Louis Mencken)⁷.
- **Obiekty partykularne** – należą do określonego systemu, stanowiąc jego łatwo rozpoznawalne wyznaczniki, np. DZIECKO POCZĘTE, GENDER, SZARIAT, ŻOŁNIERZE WYKŁĘCI. Ich wartościowanie jest zazwyczaj przeciwstawne wewnątrz grupy i poza jej obrębem.

Obiekty kulturowe

Przestrzeń ideologiczna składa się z niepowiązanych elementów, dryfujących znaczników o niedookreślonej, otwartej tożsamości, których rzeczywista funkcja ujawnia się dopiero w powiązaniu w łańcuch z innymi elementami. Dlatego też najistotniejszą rzeczą wydaje się konieczność wyraźnego i jednoznacznego skonstruowania ideologicznego węzła, który przyznaje precyzyjne i stałe znaczenie wszystkim pozostałym elementom. Na przykład EKOLOGIZM: jego połączenia z innymi elementami ideologicznymi nie są z góry ustalone, jedne mogą być ukierunkowane na ekologizm państwowy (jeśli ktoś wierzy, że tylko interwencja silnego państwa może nas uratować od katastrofy), jak np. ekologizm UE, inne na ekologizm konserwatywny (który głosi, że ludzie winni traktować cały stworzony świat tak, jak ogrodnik traktuje swój ogród), np. encyklika *Laudato si'* papieża Franciszka, jeszcze inne na ekologizm antykapitalistyczny (jeśli ktoś lokalizuje źródło bezlitosnej eksploatacji natury w systemie kapitalistycznym), np. ideologia alterglobalistyczna, a jeszcze inne na ekologizm radykalny (którego zwolennicy chcieliby zredukować populację ludzką, wyeliminować całkowicie spalanie paliw kopalnych, skończyć z hodowlą bydła, odbudować puszcze na polach uprawnych), np. Animal Liberation Front.

Podstawą konstruowania należących do drugiej rzeczywistości obiektów kulturowych jest interes grupy: ludzkości, Unii Europejskiej, narodu, wspólnoty wyznaniowej, społeczeństwa itd. Ten interes wyznacza normę. Normalność zapewnia systemowi społecznemu sprawne działanie. Zawiera powszechnie stosowane i akceptowane procedury, schematy i mechanizmy przyjmowane bez zastrzeżeń i jednoznacznie wartościowane⁸. Norma jest więc wynikiem konstruktów społecznego zapewniającego grupie przetrwanie i stabilność.

⁷ <https://pl.wikiquote.org/wiki/Demokracja> [dostęp: 14.06.2017].

⁸ M. Fleischer, *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław 2007, s. 208.

W sądach aksjologicznych argumentami są tzw. obiekty ideologiczne (podklasa obiektów kulturowych, funkcjonująca w dyskursie społeczno-politycznym), a jako predykaty występują wartości przypisywane tym obiektom przez określoną grupę, skonstrastowane z wartościami, jakie przypisują im inne grupy⁹.

Argumentacja aksjologiczna

Konstrukcja świata ma na celu emocjonalne utwierdzenie odbiorcy w przekonaniu, że należy on do tej samej, większościowej grupy ideologicznej, co nadawca, reprezentując tym samym niejasną, ale stabilną i przewidywalną normalność. Żyjemy w różnych „matriksach moralnych” i wejście w owe matriksy i ich grupowa obrona daje nam poczucie szczęścia. Co istotne, konstrukcja świata grupowego jest pierwotna i nadrzędna względem opisu rzeczywistości, ponieważ to ona decyduje o wyborze odpowiedniego interpretanta. Ponadto w dyskursie perswazyjnym/argumentacyjnym występuje rozbieżność interesów nadawcy i odbiorcy. Z punktu widzenia nadawcy mniej ważne jest wyjaśnianie sensu i znaczenia wydarzeń niż ich interpretacja zgodnie z założonymi celami komunikacyjnymi. Odbiorca z kolei oczekuje wzmocnienia systemu wartości osobistych, co również jest osiąganym w drodze interpretacji.

Podstawy ideologii, czyli filary moralności

Jacek Hołówka pisze, że różnica między etyką i moralnością polega na odmiennej perspektywie: pytanie „Jak powinienem postąpić?” należy do zakresu etyki, natomiast pytanie „Jak inni uważają, że powinienem postąpić?” do zakresu moralności¹⁰.

Etyka jest związana z procesem internalizacji norm i emocji, moralność zaś – eksternalizacji. O tym, co jest etyczne, decydujemy sami, o tym, co moralne decydują inni. Emocje w dyskursie argumentacyjnym leżą po stronie audytorium. Reinhard Fiehler formułuje ogólne zasady emocji w następujący sposób:

Jeśli sytuacja jest interpretowana jako typ X,
jest właściwe i społecznie oczekiwane,
aby przeżywać emocje typu Y¹¹.

Moralność zatem można rozpatrywać wyłącznie z perspektywy kulturowej, odnosi się bowiem do tego, co inni mają do powiedzenia, jaką hierarchię war-

⁹ G. Habrajska, *Przeżywanie ideologii*, [w:] *Ideologie...*, s. 57.

¹⁰ R.B. Brandt, *Etyka. Zagadnienia etyki normatywnej i metaetyki*, przeł. B. Stanosz, wstęp J. Hołówka, Warszawa 1996, s. XV–XVI.

¹¹ R. Fiehler, *How to do Emotions with Words: Emotionality in Conversations*, [w:] *The Verbal Communication of Emotions: Interdisciplinary Perspectives*, red. S.R. Fussell, Mahwah 2002, s. 83.

tości reprezentują. Amerykański psycholog Jonathan Haidt zajmujący się moralnością przeprowadził badania dotyczące społeczeństw zwanych przez autora WEIRD, czyli „Western, Educated, Industrialized, Rich, Democratic”. Te pojęcia już same w sobie kształtują obiekty kulturowe EUROAMERYKI i to one wyznaczają sposób myślenia o CAŁYM świecie¹². Haidt wyróżnia następujące fundamenty moralności:

- Fundament **Troska/krzywda**, który sprawia, że jesteśmy wrażliwi na oznaki cierpienia, potępiamy okrucieństwo i pragniemy nieść pomoc tym, którzy doświadczają cierpienia oraz opiekować się nimi.
- Fundament **Sprawiedliwość/oszustwo**, który wyczula nas na oznaki tego, jakim partnerem w sytuacji współpracy będzie druga osoba. Powoduje, że pragniemy unikać oszustów albo ich karać.
- Fundament **Wolność/ucisk** wyczula nas na jednostki, które gdyby miały taką możliwość, próbowałyby dominować, terroryzować i ograniczać innych¹³.
- Fundament **Lojalność/zdrada** uwrażliwia nas na sygnały wskazujące na lojalność drugiej osoby względem zespołu. Każe nam nagradzać ludzi lojalnych, a karać, a nawet zabijać tych, którzy dopuścili się zdrady.
- Fundament **Autorytet/bunt** odnosi się do budowania relacji przynoszących nam korzyści w obrębie hierarchii społecznej. Uwrażliwia nas na oznaki pozycji społecznej lub statusu.
- Fundament **Świętość/upodlenie** odnosi się do nieufności wobec rozmaitych obiektów i zagrożeń o charakterze symbolicznym. Skłania też ludzi do irracjonalnego wartościowania różnych obiektów – przypisywania im wielkiej wartości pozytywnej lub negatywnej – co ma istotne znaczenie dla spójności grup¹⁴.

Jak działają obiekty ideologiczne: oddestylowanie emocji od znaczenia

Obiekty kulturowe mają głęboko zakodowaną aksjologię (*endoxa*), ideologiczne – emocje (związane z *doxa*). Obiekty kulturowe przede wszystkim wartościują, obiekty ideologiczne zaś mogą działać na dwóch płaszczyznach:

- aksjologicznej, która odwołuje się do systemu wartości wyznawanych przez audytorium („bo tak trzeba, takie są prawa boskie i naturalne”), w tym autorytetu („mistrz/guru tak powiedział”);
- emocjonalnej, wykorzystującej psychologiczne mechanizmy wpływu (np. „bo cię lubię, bo chodziliśmy do tej samej szkoły, bo należymy do tej samej partii”).

¹² Na tej podstawie, kierując się weirdocentrycznością w myśleniu i oglądzie świata, George W. Bush uzasadniał konieczność ataku na Irak m.in. próbą wprowadzenia demokracji.

¹³ J. Haidt, *Prawy umysł: dlaczego dobrych ludzi dzieli religia i polityka?*, przeł. A. Nowak-Młynikowska, Sopot 2014, s. 231.

¹⁴ Tamże, s. 206–208.

Argumentacja w płaszczyźnie aksjologicznej wygląda tak, jak na poniższym przykładzie (pochodzącym sprzed 10 lat)¹⁵:

Opozycja wykorzystuje w argumentowaniu – jako regułę ogólną – parametr równości dostępu do władzy:

RO (reguła ogólna): w demokracji wszyscy obywatele mają równy dostęp do władzy (+)

SK (sąd kwalifikujący): koalicja rządząca nie dopuszcza do władzy opozycji (-)

K (konkluzja): koalicja postępuje wbrew zasadom demokracji (-)

Z kolei koalicja rządząca wykorzystuje w argumentowaniu jako regułę ogólną parametr umocowania władzy w powszechnych wyborach:

RO: w demokracji władza wybierana jest przez wszystkich obywateli (+)

SK: koalicja rządząca wybrana została w demokratycznych wyborach (+)

K: koalicja ma prawo rządzić samodzielnie (bez opozycji) (+).

Argumentacja w płaszczyźnie emocjonalnej ma zablokowaną parametryzację: jakie bowiem parametry aksjologiczne (reguły ogólne) stanowią podstawę następujących argumentów (komentarze do głosowania, które Polska przegrała stosunkiem głosów 1 do 27)?

- Rząd odniósł sukces, bo „osiągnął swój cel, obniżając unijne standardy demokracji”;
- Unia „cierpi na deficyt demokracji”.

Schemat argumentacyjny takich wypowiedzi wygląda następująco:

RO (reguła ogólna): dobrze jest mówić, że demokracja jest dobra

SK (sąd kwalifikujący): my jesteśmy dobrzy

K (konkluzja): **demokracja jest wtedy, gdy my mówimy, że jest.**

Dowód:

To my prezentujemy prawdę, demokrację i wolność. My jesteśmy partią wolności. Polska jest dzięki nam dzisiaj krajem wolności, jednym z niewielu w Europie [...] Ci, którzy by chcieli przywrócić te zasady, [...] zasady darwinizmu społecznego, [...] dzisiaj z nami zaciekle w Polsce i za granicą walczą, bo oni w ramach tych zasad byli dobrzy, bo byli silni, bo byli w stanie wszystko sobie załatwić i są oczywiście tacy, którzy po prostu dają się oszukiwać, którzy są naiwni, którzy spojrzą na jakąś telewizję i przyjmują, że to, co tam mówią, czy pokazują to jest prawda. Otóż nie, to jest nieprawda. Jest

¹⁵ G. Habrajska, dz. cyt., s. 57.

wielki mechanizm kłamstwa w Polsce, oszukiwania ludzi, ale mimo tego mechanizmu zwyciężyliśmy, zwyciężamy i zwyciężymy¹⁶.

On stworzył partię niemającą nic wspólnego z demokracją. Nasza partia jest czystą demokracją (Kaczyński o Tusku, onet.pl, 15 listopada 2010)¹⁷.

Oczywiście nie można tu mówić o żadnych parametrach aksjologicznych, bo ich nie ma. Są czyste emocje płynące z bifurkacji: czarno-białego podziału świata na „my” i „oni”. Kolejny przykład:

Komisja Wenecka bierze pod uwagę tylko i wyłącznie argumenty TK, pana Rzeplińskiego. Stąd też uznaliśmy, że nie ma sensu kontynuować tej współpracy, ponieważ i działanie, i procedury, i potem efekty pracy Komisji są skrajnie stronnicze (Witold Waszczykowski dla TVP1)¹⁸.

Argumentacyjna konstrukcja emocji

Emocje w toku dyskursu argumentacyjnego są konstruowane z zachowaniem pewnej procedury mającej wpływ na ich skuteczność. Nieprzemysłane granie na emocjach audytorium może być, *primo*, perswazyjnie i argumentacyjnie nieskuteczne, *secundo*, w niesprzyjających okolicznościach obrócić się przeciw argumentującemu, który musi się z niejednoznaczności wypowiedzi tłumaczyć. Co więcej, jak świadczy przykład wielu osób noszących koszulki z napisem „Polak/Polka gorszego sortu”, niewłaściwie przywołane emocje mogą tworzyć silny kontrargument jednoczący oponentów. Według Raphaëla Micheli¹⁹, procedura konstruowania emocji zawiera trzy wzajemnie się warunkujące kroki, którymi są: tematyzacja emocji, ich ewaluacja oraz legitymizacja (Rysunek 1).

Pierwszym krokiem jest tematyzacja emocji²⁰:

W procesie tematyzacji emocja staje się tematem interakcji i wiąże się z aktem odniesienia do stanu emocjonalnego, a nie jest jedynie nawiązaniem do niego poprzez znaki słowne, parawerbalne lub nawet niewerbalne. Podstawowym jest to, że tematyzacja często idzie w parze z procesem atrybucji: zazwyczaj wypowiedź

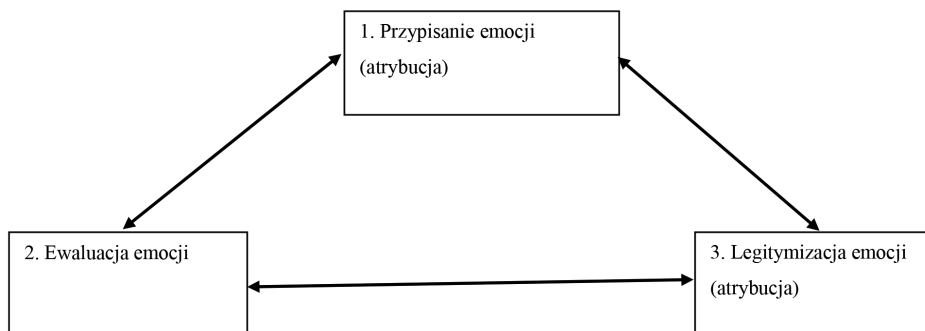
¹⁶ Kaczyński: to my prezentujemy prawdę, demokrację i wolność, minuta 3:39, TVN24.pl, 10 grudnia 2016, https://www.tvn24.pl/wideo/z-anteny/kaczynski-to-my-prezentujemy-prawde-demokracje-i-wolnosc,1580871.html?playlist_id=22074 [dostęp: 14.06.2017].

¹⁷ Cyt. za: https://pl.wikiquote.org/wiki/Jarosław_Kaczyński [dostęp: 14.06.2017].

¹⁸ <http://www.parlamentarny.pl/wydarzenia/waszczykowski-efekty-pracy-komisji-weneckiej-sa-skrajnie-stronnicze,15744.html> [dostęp: 14.06.2017].

¹⁹ R. Micheli, *Emotions as Objects of Argumentative Constructions*, „Argumentation” 2010, vol. 24, no. 1.

²⁰ R. Fiehler, dz. cyt., s. 86.



Rysunek 1. Argumentacyjna konstrukcja emocji

Źródło: Raphaël Micheli, *Emotions as Objects of Argumentative Constructions*, „Argumentation” 2010, vol. 24, no. 1. s. 14.

odnosi się do stanu emocjonalnego i przypisuje go do konkretnej osoby. Osoba ta może być samym nadawcą, w tym przypadku może być mowa o autoatrybucji, np. „We mnie jest czyste dobro”²¹. To może być jednak również adresat lub osoby trzecie: takie przypadki odnoszą się do innych atrybucji przypisywanych do różnych osób i obiektów. Na przykład:

Używanie słowa „poległ” w kontekście katastrofy smoleńskiej uważam za nadużycie. Nietrudno doszukać się tu tropów politycznych i ideologicznych. To prowadzi do **instrumentalizacji naszych emocji**. To też wycieranie znaczenia patetycznych słów. Jeśli ktoś wierzy, że pod Smoleńskiem był zamach, to uznaje, że prezydent poległ w walce. „Polec pod Smoleńskiem” oznacza uświadomioną walkę, bo nie można polec przypadkowo. Bo jeśli przypadkowo, to zginął, a nie poległ²².

Drugi krok wymaga zdania sobie sprawy, że emocje nie tylko są przypisywane, ale jednocześnie są również oceniane. Nadawca przypisuje rangę emocjom według wyznawanej aksjologii: nadaje im pozytywną wartość lub przeciwnie – dąży do deprecjacji ich zasadności. Fiehler podaje trzy podstawowe reguły stanowiące o tym, że prezentowane emocje są ewaluowane jako właściwe/stosowne:

- *Reguły manifestacji* regulują rodzaj i intensywność emocji, które mogą być wyrażone w konkretnej sytuacji bez względu na rzeczywiste uczucie. Na przykład

²¹ Odpowiedź podczas wywiadu na pytanie A. Kublik i M. Olejnik *A ile jest w Panu zła, a ile dobra?*, „Gazeta Wyborcza” 2006, 5.02, <http://cytatybaza.pl/autorzy/jaroslaw-kaczynski.html> [dostęp: 14.06.2017].

²² A. Dąbrowska, *Prof. Bralczyk: Słowo „poległ” w kontekście katastrofy smoleńskiej to nadużycie*, „Polityka” 2016, nr z 14, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1668540,1,prof-bralczyk-slowo-polegl-w-kontekście-katastrofy-smoleńskiej-to-nadużycie.read> [dostęp: 3.09.2018].

wyrażenie „prawdziwy mężczyzna nie płacze” kodyfikuje regułę manifestacji, która określa, że właściwe i społecznie oczekiwane jest to, że mężczyźni nie będą manifestować uczucia smutku przez płacz.

- *Reguły korespondencji* regulują rodzaje emocji w interakcji z partnerami konwersacji. W przypadku gdy interlokutor jest smutny i przygnębiony, nie powinno się okazywać radości i wesołości.
- *Reguły kodowania* wyznaczają konwencje, które opisują i ustalają, jakie zachowania są traktowane jako przejawy emocji²³.



Rysunek 2. Tematyzacja odbiorcy – odzież patriotyczna

Źródło: <https://sklep.polskamarka.pl/firm-pol-1469014202-Dumni-z-Polski.html> [dostęp: 14.06.2017].

Na przykład, gdy zwolennicy ratyfikowanej w 2015 r. *Konwencji o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej* mówili o ochronie kobiety przed wszelkimi formami przemocy i dyskryminacji, konieczności monitorowania i zbierania danych na temat przestępstw z uwzględnieniem płci oraz prowadzenia profilaktyki i edukacji dotyczącej m.in. rozwiązywania konfliktów w relacjach międzyludzkich bez uciekania się do przemocy, jej przeciwnicy twierdzili, że te argumenty są „źle umieszczone”, „nadmierne” „przesadzone”, a rzeczywistym celem konwencji jest uderzenie w „tradycyjnie rozumianą rodzinę, a także polską tradycję i religię”, a także, że jest to „wyras z ideologii feministycznej”, służący „zwalczaniu tradycyjnej roli rodziny i promowaniu związków homoseksualnych” (Jarosław Gowin)²⁴.

Takie przypadki odnoszą się do mechanizmów, które Fiehler nazywa strategiami „analizowania” i „podważania”: „analizowanie” odnosi się do strategii, za

²³ R. Fiehler, dz. cyt., s. 83.

²⁴ <http://www.niebieskaKalinia.pl/newsy.php?id=3776> [dostęp: 14.06.2017].

pomocą których adekwatność emocji pod względem intensywności lub typu podawana jest w wątpliwość; „podważanie” odnosi się do strategii, przez które prezentowane emocje nie są akceptowane jako właściwe²⁵.

Szczególnie interesujące jest określenie kryteriów ewaluacji emocji. Można wyróżnić cztery główne kryteria:

- Po pierwsze, nadawca może ocenić, czy i jak przypisane emocje pasują do osoby, która ich doświadcza (osoby mające dzieci z *in vitro*, a także one same, będą w oczywisty sposób bronić procedury).
- Po drugie, trzeba ocenić, czy i jak przypisane emocje pasują do intencjonalnego obiektu (przeciwnicy *in vitro* oraz aborcji powołują się na lepsze traktowanie zwierząt niż nienarodzonych dzieci; apel smoleński w rocznicę Powstania Warszawskiego oburzył żyjących Powstańców).
- Po trzecie, oceny mogą być przypisywane emocjom wedle intencji, według celu podejmowanych działań (cel uświęca środki), np.:

Choćby to wymaga teraz pewnego pośpiechu, bo jeżeli media wyobrażają sobie, że będą przez najbliższe tygodnie zajmować Polaków krytykowaniem naszych zmian czy naszych projektów zmian, to trzeba to przerwać (Ryszard Terlecki)²⁶.

- Po czwarte, emocje mogą być oceniane według normatywnych ograniczeń związanych z gatunkiem dyskursu, w którym strony podejmują interakcje. To, co mogłoby być dopuszczalne w nieoficjalnym dialogu prowadzonym w rejestrze swobodnym i emocjonalnym, jest niedopuszczalne w rejestrze starannym i neutralnym, np. nazywanie w oficjalnym wystąpieniu lekarzy wykonujących zabiegi „mordercami nienarodzonych dzieci” czy hasłowanie typu: „Cała Polska z was się śmieje, komuniści i złodzieje”.

Trzeci krok polega na opisie, jak emocje mogą przejść proces legitymizacji (lub delegitymizacji) ze strony uczestników dialogu. W sytuacji atrybucji, gdy emocje są przypisane sobie lub innym, legitymizacji emocji może towarzyszyć zestaw propozycji, które zmierzają do ich uzasadnienia (lub jego braku). Przy pomocy takich propozycji uczestnicy interakcji powinni zwerbalizować rodzaj sytuacji, która ich zdaniem zapewnia emocjom uzasadniony charakter, przy czym mówienie wyłącznie o werbalizacji może nie być wystarczająco dokładne, emocje są bowiem wyzwalane również przez zdarzenia lub stany rzeczy. Nie wystarczy zatem powiedzieć, że emocje są określone przez sytuacje: lepiej jest mówić, że rodzaje emocji są określane przez rodzaje **oceny sytuacji**. Emocje są ściśle związane z procesem oceny (aksjolo-

²⁵ R. Fiehler, dz. cyt., s. 93.

²⁶ <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/ryszard-terlecki-skomentowal-prace-nad-nowa-ustawe-medialna/foxdl06> [dostęp: 14.06.2017].

gia), w trakcie którego osoba interpretuje wydarzenia i sytuacje zgodnie z określonymi kryteriami²⁷.

Na przykład w sporze o *in vitro* i aborcję konstrukcja oburzenia oznacza przede wszystkim przeniesienie odpowiedzialności: zapłodnione komórki są przedstawiane jako cierpiące istoty, bezbronne ofiary niesprawiedliwego systemu społecznego, podczas gdy „społeczeństwo” jest postrzegane jako czynnik odpowiedzialny za nieistnienie odpowiedzialności karnej, np. „poczęcie dziecka metodą *in vitro* powoduje śmierć jego braci i siostr w stanie embrionalnym” (bp Kazimierz Górny).

Studium przypadku – realny obiekt ideologiczny: Donald Tusk

W większości²⁸ kultur, religii i systemów prawnych zdrada jest czynem moralnie złym (np. Judasz Iskariota, Marek Juniusz Brutus, Philippe Pétain). Ewaluacja negatywnej emocji związanej ze zdradą i jej legitymizacja jako działanie przeciwko Polsce zostaje utrwalone w bardzo wielu różnych wypowiedziach, co pociąga za sobą zadziałanie mechanizmu heurystyki dostępności, np.:

W Polsce jest taka fatalna tradycja zdrady narodowej. I to jest właśnie nawiązywanie do tego. To jest jakby w genach niektórych ludzi, tego najgorszego sortu Polaków.

Głosowanie na Tuska jako kandydata na przewodniczącego Rady Europejskiej, przegrane przez Polskę 27 do 1, może być zatem interpretowane jako sukces:

To jest sukces, który tak naprawdę ich po prostu kompromituje, bo przecież ten „jeden” to jest Polska, a 27 to inne kraje i wpisuje się to wszystko w bardzo niedobłą, trwającą co najmniej od XVII wieku, tradycję zdrady narodowej²⁹.

Dalej może pojawić się już tylko lawina kolejnych przykładów:

Udzielając wywiadu portalowi Onet.pl Macierewicz mówił bez ogródek (nie używając nawet trybu przypuszczającego lub warunkującego hipotezę) o matactwach, kłamstwach ministrów, zdradzie Donalda Tuska, fałszerstwach Rosjan oraz zatajaniu dokumentów.

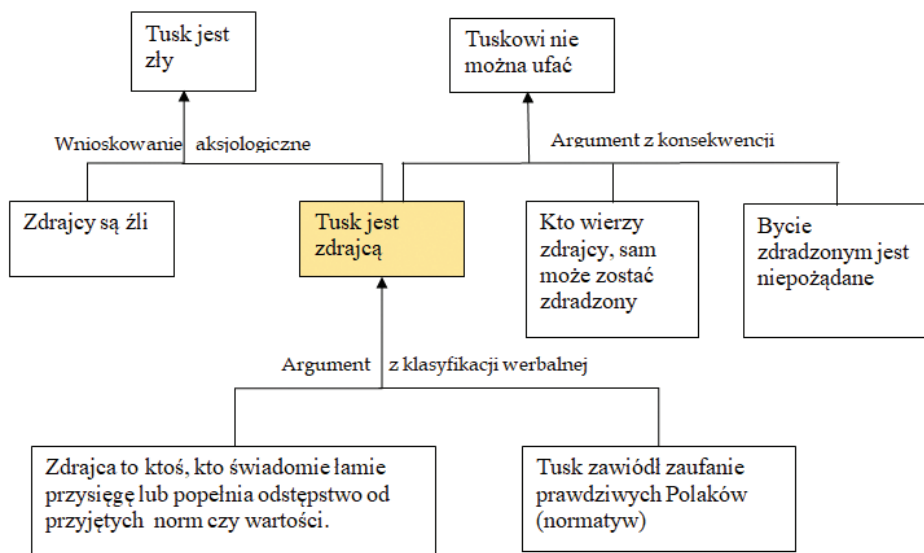
²⁷ Por. A. Awdiejew, G. Habrajska, *Typologia emotywnych aktów mowy*, [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź 2006, s. 9–12.

²⁸ Nie mogę napisać, że we wszystkich, bo zdrada w imię wyższej konieczności jest wartościowana pozytywnie, np. sprawa płk. Ryszarda Kuklińskiego.

²⁹ Z. Dąbrowska, M. Szuździński, *Jarosław Kaczyński: Unia Europejska została zdominowana przez jedną osobę*, <http://www.rp.pl/Rzecz-o-polityce/303149852-Jaroslaw-Kaczynski-Unia-Europejska-zostala-zdominowana-przez-jedna-osobe.html#ap-3> [dostęp: 14.06.2017].

Zdrada Tuska – na polecenie Berlina pozbawił Polskę prawa weta w sprawie imigrantów. Dariusz Perszewski (21.09.2015)³⁰.

Kolejna zdrada Tuska! Donald „Polskość to nienormalność” chce sankcji dla Polski! (25.02.2017)³¹.



Rysunek 3. Struktura argumentacyjna słowa nacechowanego emocjonalnie

Źródło: opracowanie własne na podstawie: F. Macagno, *The Argumentative Uses of Emotive Language* (October 4, 2010), „Revista Iberoamericana de Argumentación” 2010, s. 27. Dostępne na SSRN (Social Science Research Network): <https://ssrn.com/abstract=1739820> [dostęp: 3.09.2018].

Na poziomie emocjonalnym taki obiekt jak TUSK przejmuje tylko jeden parametr: *Tusk jest zły*. Stąd możliwość dalszych konstruktów, takich jak WINA TUSKA, reprezentowanych przez setki tekstów kulturowych, traktowanych zarówno ironicznie, jak i dosłownie, jak np. wiersz Wojciecha Młynarskiego „Wina Tuska”, hashtag #winatuska, kabarety, memy, filmiki z YouTube, dowcipy, np.: jednym z towarów eksportowych, z których słynie San Escobar, są Vina Tusca, a z drugiej strony obrzydliwa okładka „Gazety Polskiej” (Rysunek 4), co do której nawet skrajnie prawicowy historyk Sławomir Cenckiewicz odniósł się negatywnie:

—

³⁰ <http://pl.blastingnews.com/europa/2015/09/zdrada-tuska-na-polecenie-berlina-pozbawil-polske-prawa-weta-w-sprawie-imigrantow-00567925.html> [dostęp: 14.06.2017].

³¹ <http://polskaniepodlegla.pl/kraj-swiat/item/10623-kolejna-zdrada-tuska-donald-polskosc-to-nienormalnosc-chce-sankcji-dla-polski> [dostęp: 14.06.2017].

Straszna, absurdalna okładka – komentuje Cenckiewicz i bezsilnie dodaje. – I co z tego, że wyrażę swoje zdanie na ten temat, skoro – jak widać – koledzy, którzy takie okładki robią, są niereformowalni³².



Rysunek 4. Okładka „Gazety Polskiej” 2017, nr z 15 marca

Źródło: <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/gazeta-polska-okladka-tusk-i-merkel-nur-fuer-deutsche-opinie-dziennikarzy> [dostęp: 14.06.2017].

Podsumowanie

Obiekt ideologiczny pozwala uzasadnić działania lub po prostu pragnienia, by postępować zgodnie z tym, co powszechnie uważa się za moralnie słuszne, przy czym owo pragnienie przyjmuje się *de dicto* (w odniesieniu do tego, co powiedziane), a nie *de*

³² <http://www.tokfm.pl/Tokfm/7,102433,21511035,okladka-wsieci-skandaliczna-afirmacja-polskiej-historii.html> [dostęp: 14.06.2017].

re (w odniesieniu do rzeczy samej). Dzieje się tak z uwagi na brak dokładnej definicji i parametryzacji obiektów i pojęć, które dyskursywnie są przedstawiane jako należące do rzeczywistości, choć tak naprawdę należą wyłącznie do komunikacji.

Obiekt ideologiczny przejmując z obiektu kulturowego przede wszystkim wartościowanie i emocje, ale z pominięciem kluczowych pytań parametryzacyjnych. Argumentacyjna konstrukcja emocji nie może być jednak przypadkowa, konstruowany obiekt ideologiczny musi być zgodny ze światopoglądem audytorium. Tak rozumiany obiekt ideologiczny nie tyle służy jako gwarant, ale działa jako *cliché*, blokując jakąkolwiek argumentację. *Cliché* nie wymaga uzasadnienia: to przeciwnik musi podjąć trud wykazania, że klisza jest pustosłowiem.

Bibliografia

- Awdiejew A., *Argumentacja aksjologiczna w komunikacji publicznej*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 2. Motywacje psychologiczne i kulturowe w komunikacji*, red. G. Habrajska, Łask 2008, s. 29–40.
- Awdiejew A., *Ideologia, postawa a komunikacja*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2008, s. 65–72.
- Awdiejew A., Habrajska G., *Typologia emotywnych aktów mowy*, [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź 2006, s. 9–12.
- Brandt R.B., *Etyka. Zagadnienia etyki normatywnej i metaetyki*, przeł. B. Stanosz, wstęp J. Hołówka, Warszawa 1996.
- Fiehler R., *How to do Emotions with Words: Emotionality in Conversations*, [w:] *The Verbal Communication of Emotions: Interdisciplinary Perspectives*, red. S.R. Fussell, Mahwah 2002, s. 79–106.
- Fleischer M., *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław 2007.
- Freeman J.B., *Systematizing Toulmin's Warrants: An Epistemic Approach*, „Argumentation” 2005, vol. 19, no. 3, s. 331–346.
- Habrajska G., *Przeżywanie ideologii*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2008, s. 56–64.
- Haidt J., *Prawy umysł: dlaczego dobrych ludzi dzieli religia i polityka?*, przeł. A. Nowak-Młynikowska, Sopot 2014.
- Lewiński P.H., *Neosofistyka: argumentacja retoryczna w komunikacji potocznej*, Wrocław 2012.
- Macagno F., *The Argumentative Uses of Emotive Language* (October 4, 2010), „Revista Iberoamericana de Argumentación” 2010, s. 1–41. Dostępne na SSRN (Social Science Research Network): <https://ssrn.com/abstract=1739820> [dostęp: 3.09.2018].
- Michelli R., *Emotions as Objects of Argumentative Constructions*, „Argumentation” 2010, vol. 24, no. 1, s. 1–17.
- Walton D.N., *The Place of Emotion in Argument*, Pennsylvania 1992.

Piotr Lewiński

Obiekty ideologiczne w argumentacji aksjologicznej

Streszczenie

Argumentacja aksjologiczna odnosi się do kwestii dotyczących etyki, polityki albo estetyki. W tego rodzaju argumentacji źródłem gwaranta jest ogólna baza aksjologiczna, która składa się z przyjętych przez określoną grupę społeczną sądów wartościujących. Taki gwarant jest poparty przez ideologię, rozumianą jako względnie dobrze zorganizowany zbiór sądów wartościujących usankcjonowanych w ramach danej kultury. W argumentacji aksjologicznej sądy są reprezentowane przez obiekty kulturowe, które służą jako argumenty. Podklasą obiektów kulturowych są obiekty ideologiczne.

W dyskursie argumentacyjnym używa się definicji wartościujących, w których poszczególne obiekty indywidualne grają rolę *definiendum*, podczas gdy *definiens* jest reprezentowany przez nacechowane emocjonalnie obiekty ideologiczne. Głównym celem tego rodzaju dyskursu nie jest zmiana przekonań, ale indukowanie w odbiorcach emocji, które odwołują się do ideologii wyznawanych przez grupę, do której należy nadawca.

Celem niniejszego artykułu jest pokazanie, w jaki sposób konstruowane są obiekty ideologiczne i jak ich konstrukcja wpływa na emocjonalną podstawę argumentacji.

Słowa kluczowe: argumentacja aksjologiczna, emocje, ideologia, obiekty ideologiczne, obiekty kulturowe

Ideological Objects in Axiological Argumentation

Summary

In axiological argumentation that refers to issues concerning matters of ethics, politics, or aesthetics, a warrant is derived from a general axiological base, which consists of propositions that are accepted by a particular social group. Such a warrant is supported by ideology, understood as a relatively well organized set of eva-

lative propositions (justified within frames of the given system). In axiological argumentation beliefs are represented by cultural objects that serve as the arguments. Cultural objects are universals, which have a culturally developed interpretation. Sub-type of cultural objects are ideological objects.

In argumentative discourse the arguer applies the loaded axiological definitions, in which individual objects play the role of *definiendum* whereas *definiens* is represented by ideological objects, which are emotionally loaded. The main objective of this type of discourse is not changing beliefs, but generating the excitement of the audience for rudimentary premises that refer to the ideological beliefs shared by the same groups to which the sender belongs.

The main purpose of this article is to show how ideological objects constitute the emotional base of the discourse.

Keywords: axiological argumentation, cultural objects, emotions, ideological objects, ideology

Piotr H. Lewiński – dr hab., adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. W roku akademickim 1997/1998 stypendysta Fundacji Kościuszkowskiej na DePaul University w Chicago, a w roku 2006/2007 stypendysta Fulbrighta na University of Washington w Seattle. Autor dwóch monografii: *Retoryka reklamy* oraz *Neosofistyka. Argumentacja retoryczna w komunikacji potocznej*, dwóch podręczników do nauczania języka polskiego oraz licznych artykułów naukowych z zakresu glottodydaktyki, retoryki, pragmatyki i teorii argumentacji.