

IWONA BENENOWSKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Współczesna debata publiczna — jej cechy, sytuacja komunikacyjna, strategie (próba charakterystyki na wybranych przykładach)

Dynamika ciągów komunikacyjnych w interakcji werbalnej powoduje znaczne utrudnienia zarówno dla nadawcy, jak i odbiorcy — interpretatora. Trudno także o wyczerpującą analizę ze względu na wielość istotnych problemów badawczych, które należy uwzględnić na etapie analitycznym, np. ramy perswazyjnej, merytorycznej, analizy ciągów argumentacyjnych, opisu aparatu aksjologicznego itd. Zdając sobie z tego sprawę, przyjmuję, że głównym celem niniejszego tekstu jest wskazanie najistotniejszych cech definicyjnych debaty publicznej, a następnie scharakteryzowanie jej przy wykorzystaniu narzędzi badawczych gramatyki komunikacyjnej w ujęciu A. Awdiejewa i G. Habrajskiej (2004; 2006), szczególnie w zakresie wykorzystywanych strategii konwersacyjnych.

1. Cechy debaty

W przeglądzie licznych definicji debaty uwagę zwracają te, których elementy wpływają na jej dyferencjację spośród innych gatunków komunikacji. A. Budzyńska-Daca zauważa, że debata jako gatunek wyrosła z tradycji retorycznej o istotnej funkcji społecznej (2013, 25). K. Szymanek zwraca uwagę na polemiczny i publiczny charakter oraz na proceduralność, która gwarantuje stronom możliwość przedstawienia swoich stanowisk i argumentów (2001, 92). P. H. Lewiński w proponowanej definicji podkreśla walory sytuacyjne i rolę uczestników interakcji (2012, 267). M. Szulczewski uwydatnia fakt, że odbiorca jest jednocześnie

świadkiem zdarzenia komunikacyjnego (1969, 86). *Słownik terminologii medialnej* podejmuje zagadnienia aktualności tematu debaty i to, że bierze w niej udział więcej niż dwóch specjalistów w danej dziedzinie (2006, 28). M. Kita widzi w debacie elementy współzawodnictwa, bowiem prymarną motywacją uczestników jest chęć wyrażanie swoich racji i pokonanie przeciwnika (2003, 174). J. Pstrąg dodaje, że debata ma formę kierowanego polilogu, a role protagonistów są dynamiczne (2004, 17). M. Poprawa przypisuje debacie koncyliacyjny charakter, ponieważ uważa, że na uczestników nałożony jest imperatyw dążenia do współdziałania w celu osiągnięcia porozumienia stron (2009, 229). Oczywiście eksponowanie tych cech może się zmieniać ze względu na charakter debaty. A w literaturze przedmiotu spotyka się różne typologie debat. Ze względu na charakter sytuacji komunikacyjnej, tematykę i cel można wyróżnić na przykład debatę polityczną, społeczną, kulturową, parlamentarną, perswazyjną, problemową, analityczną itd.

Podsumowując tę część, należy skonstatować, że debata publiczna (w przeciwieństwie do innych gatunków komunikacji, np. dyskusji, rozmowy, które mogą odbywać się tak w sferze publicznej, jak i prywatnej) jest zorganizowaną interakcją, którą inicjuje jakiś podmiot sprawczy. Materią tekstową debaty jest dowodzenie skupione wokół ważnej i/lub spornej kwestii. Debata winna być uporządkowanym polilogiem, a ów porządek stanowi główny element różnicujący jej poszczególne odmiany gatunkowe. Należy także zwrócić uwagę na rytualny charakter, który wiąże się choćby z udziałem moderatora w zarządzaniu interakcją, oczekiwaniem audytorium na zapowiedziane wydarzenie oraz możliwością przygotowania się mówców i odbiorców.

2. Charakterystyka wybranego przykładu

Materiał językowy został wyekscerpowany z magazynu publicystycznego pt. *Łoża Prasowa*, wyemitowanego 15 czerwca 2014 r. przez stację TVN 24 w godz. 11.40-12.40. Debata prezentowana w tym programie jest odmianą debaty publicznej, a w jej obrębie medialną, dalej — telewizyjną. Cechami takich debat są:

1. reprezentatywny dobór uczestników, uwzględniający różne opcje — w tym wypadku redaktorów z różnych czasopism: *Polityka*, *Do Rzeczy*, *Rzeczpospolita*, *Gazeta Wyborcza*;
2. ważność tematu (a ten nie może być zbyt znany i opracowany) — w tym programie publicyści rozmawiali o nagraniach rozmów, m.in. ministra spraw wewnętrznych B. Sienkiewicza z prezesem NBP M. Belką, ujawnionych przez tygodnik *Wprost*;
3. (wyważona) rola prowadzącego — w *Łoży Prasowej* prowadzą była M. Łaszcz, która organizowała wymianę opinii;
4. autonomiczność debaty — w omawianym przykładzie polegająca na autorskim wyizolowaniu tematyki i jej uporządkowaniu;

5. autentyzm — w cytowanym materiale chodziło o poruszanie problemów istniejących w aktualnej rzeczywistości, budzących duże zainteresowanie społeczeństwa (por. Wolny-Zmorzyński/Kaliszewski/Furman 2006, 118).

Debata (jak i inne typy komunikacji językowej) jest pewnym ciągiem zachowań językowych, których postać uzależniona jest od składników konstytuujących sytuację komunikacyjną. Do czynników sytuacyjnych należy zaliczyć: typ nadawcy, odbiorcy, typ kontaktu, dialogiczność lub monologiczność, usytuowanie kontaktu w przestrzeni i czasie, rodzaj kanału przekazu, spontaniczność lub oficjalność oraz cel wypowiedzi (Laskowska 2002, 176). W rozpatrywanym przykładzie pod względem ról pełnionych przez uczestników komunikacji mamy do czynienia z n a d a w c ą — dziennikarzem (dziennikarzami), tzn. M. Łaszcz (prowadzącą) i gośćmi: P. Lisickim (reprezentującym czasopismo *Do Rzeczy*), A. Stankiewiczem (z *Rzeczpospolitej*), D. Passentem (z *Polityki*) i P. Wrońskim (z *Gazety Wyborczej*). W debacie telewizyjnej, więc i komunikacji zapośredniczonej, mamy dwa typy odbiorcy:

1. r z e c z y w i s t y — uczestnicy interakcji po kolei wymieniają się poglądami, więc możemy uznać, że są bezpośrednimi i wzajemnymi nadawcami i odbiorcami informacji w określonym układzie interakcyjnym;
2. w i r t u a l n y i m o d e l o w y — to każdy widz programu, którego nadawca wyobraża sobie na podstawie swojej wiedzy o świecie. W tej sytuacji nabiera on, moim zdaniem, charakteru o b s e r w a t o r a . Ponadto jest on odbiorcą pasywnym, ponieważ nie ma możliwości zabrania głosu, i z b i o r o w y m , choć jego liczba może być różna, w zależności od popularności programu i tematu. Tak określony odbiorca bierze udział w kontakcie o charakterze oficjalnym i nierównorzędnym.

Biorąc pod uwagę zróżnicowanie kontaktów ze względu na ich trwałość, rozpatrywany przykład można zaliczyć do tych, które mają mały stopień trwałości i ograniczony czas trwania. Tę debatę można by dalej charakteryzować jako d i a l o g i c z n ą , ale tylko w obrębie jej bezpośrednich uczestników, bowiem gdy weźmiemy pod uwagę w i d z a jako odbiorcę pasywnego, to w tym zakresie cecha dialogiczności zostaje utracona. Ponieważ mamy do czynienia z formami wypowiedzi wykorzystywanymi przez telewizję, specyfikacja przestrzeni i czasu między nadawcą i właściwym odbiorcą — widzem winna być scharakteryzowana jako styczna w czasie przy jednoczesnym braku styczności w przestrzeni. Biorąc zaś pod uwagę kanał przekazu, można stwierdzić, że debata jest mówionym typem przekazu, uzupełnianym kodem niewerbalnym zwykle o niewielkim stopniu spontaniczności. Celem debaty jest zaś przedstawienie własnego punktu widzenia na określony (zaproponowany przez prowadzącego) temat i dążenie do osiągnięcia konsensusu.

3. Wybrana debata a strategie konwersacyjne

Po scharakteryzowaniu debaty jako gatunku oraz jako ciągu zachowań językowych w określonej sytuacji komunikacyjnej z wszystkimi jej elementami, możemy przejść do następnych zagadnień związanych z próbą określenia strategii konwersacyjnych.

Uwzględniając różne cele interakcyjne oraz ograniczenia tematyczne, wyodrębnia się dwa zasadnicze typy kontaktów werbalnych: *bona-fide* (wymagające od uczestników konwersacji szczerości i merytorycznej dyscypliny) i *non-bona-fide* (które tych czynników nie wymagają) (Awdiejew/Habrajska 2004, 43-44). Rozpatrywany program jest przykładem kontaktu *bona-fide*, z ograniczeniami tematycznymi (w ustalonym obszarze tematycznym — nagraniami rozmów przedstawicieli rządu) i merytorycznymi (z odpowiednimi środkami argumentacji, definiowania i egzemplifikowania, podporządkowanymi obranemu celowi). Przyjmuję, że

strategia konwersacyjna to taki świadomie kierowany przez nadawcę i interpretowany przez odbiorcę spójny ciąg aktów mowy, za pomocą którego dążą oni do osiągnięcia wspólnie akceptowanego celu komunikacyjnego (Awdiejew/Habrajska 2004, 55).

Wszystkie strategie konwersacyjne z punktu widzenia zachowania się interlokutorów względem realizacji ich celów, można podzielić na: strategie antagonistyczne, nieantagonistyczne oraz antystrategie. W badanym przykładzie mamy do czynienia ze strategią nieantagonistyczną, ponieważ kolejne wypowiedzi mają zbieżne cele komunikacyjne — werbalizację własnej opinii, bez starania się o wpłynięcie na postawę interlokutorów.

W zależności od celów komunikacyjnych rozróżniamy strategie: informacyjno-weryfikacyjne, aksjologiczno-emotywne, behawioralne, metadyskursywne (Awdiejew/Habrajska 2004, 59-68). W omawianej debacie telewizyjnej jest realizowana strategia informacyjno-weryfikacyjna, ponieważ dąży się do ustalenia faktów, sformułowania problemu, przewidzenia dalszego rozwoju wypadków i poszukania rozwiązań, a celem jest przyjęcie wspólnego punktu widzenia. Ze względu na rozmiary tego tekstu nie ma możliwości zrekonstruowania przebiegu całej debaty, z segmentacją na poszczególne kroki strategiczne, badaniem kolejnych ciągów konwersacyjnych itd. W zamian za to zostaną wskazane wybrane pojęcia i sposoby językowej analizy jako narzędzia badawcze wypracowane przez gramatykę komunikacyjną (Awdiejew/Habrajska 2004; 2006; 2009).

Debata wykorzystująca strategię informacyjno-weryfikującą ma charakter dyskusji problemowych, podstawowymi operacjami są różnego rodzaju pytania. M. Łaszcz (MŁ) pierwszy problem formułuje właśnie jako pytanie szczegółowe:

- (1) MŁ: Chciałam na początek od razu zapytać: czy po tym, co usłyszeliśmy i po tym, co przeczytaliśmy, premier powinien jutro podać siebie i cały rząd do dymisji?

Prowadząca proponuje, aby jako pierwszy udzielił odpowiedzi P. Wroński. Ponieważ ciąg strategiczny *n i e* jest ciągiem liniowym pojedynczych aktów mowy, ale ciągiem kolejnych *f a z w y b o r u* odpowiedniego posunięcia, na propozycję można się zgodzić lub nie.

(2) P. Wroński (PW): Ja poczekam, co koledzy powiedzą.

Jeśli potraktować to jako odmowę, to ona otwiera znowu dwie możliwości dla partnera dialogu: rezygnację lub naleganie. Prowadząca nalega:

(3) MŁ: Nie, nie bardzo proszę. Nie można liczyć, że koledzy powiedzą to za Pana.

W takiej konfiguracji ponownie może nastąpić zgoda lub kategoryczna odmowa interlokutora. Redaktor z *Gazety Wyborczej* dokonuje kolejnego wyboru:

- (4) PW: Nie! Ja nie chcę prosić o pomoc, ja chce tylko wysłuchać, cóż oni mają do powiedzenia, ale okej, w porządku. Możemy przyjąć taką koncepcję.
- (5) Nie sądzę, aby Donald Tusk podawał rząd do dymisji i słyszę, że ma się wypowiedzieć o godzinie piętnastej, kiedy mniej więcej będzie wiadomo, co z tej burzy wynika. Ma dwie drogi: jedna to dymisja ministra Sienkiewicza, druga polega na tym (ona do tej pory nie była rozważana, ale często jest tak, że politycy myślą w inny sposób, niż się spodziewają dziennikarze), że premier Tusk wyjdzie i powie, że minister Sienkiewicz to, co robił, robił na jego prośbę, czynił dobrze, efektem tego było uchronienie Polski przed zapaścią budżetu. W związku z czym jedziemy dalej, ja jestem kierownikiem szatni i już.

Wroński formułuje sąd modalny (komunikat o słabym stopniu pewności): *Nie sądzę...*, a ponadto widać następujące ciągi argumentacyjne (kroki strategiczne), funkcjonujące w ramie merytorycznej i tworzące złożoną partyturę tej części dyskursu: 1) [Premier] ma się wypowiedzieć o godzinie piętnastej [...]; 2) ma dwie drogi: jedna to dymisja ministra Sienkiewicza, druga polega na tym [...], że premier Tusk wyjdzie i powie [...]; 3) często jest tak, że politycy myślą w inny sposób. W celu uzyskania konkluzji wykorzystuje się regułę ogólną, tzn. regularnie powtarzające się, mocno umotywowane typy zdarzeń, i tej regule podporządkowuje się analizowane zdarzenie (Awdiejew/Habrajska 2009, 26-30). W pierwszym kroku strategicznym widzimy wnioskowanie: 1) reguła ogólna: premier rządu powinien wypowiedzieć się na temat członków swojego rządu; 2) reguła ogólna dopasowana: źle postępują ci, którzy zwlekają z komentarzem lub unikają odpowiedzi; 3) konkluzja: premier robi źle, postępując w ten sposób. W ten sposób należałoby zbadać wszystkie ciągi argumentacyjne, co pozwoliłoby na uzyskanie pełnej wiedzy w obrębie ramy merytorycznej i perswazyjnej.

Prowadząca daje kolejno szansę na wypowiedzenie się każdemu z komentatorów. Uczestnicy polilogu włączają się do realizacji zaakceptowanej strategii, wykorzystując rozmaite typy aktów mowy i sądów. Na przykład D. Passent (DP) wyraża swoją wątpliwość w sędzie modalnym:

- (6) Wie Pani, w tej sprawie nie jestem pewien, bo Tusk w takich przypadkach zachowuje się różnie: czasami usuwa ministra z dnia na dzień, czasami toleruje go miesiącami, więc tutaj bym postawił znak zapytania.

Następnie włącza się A. Stankiewicz (AS) i formułuje sąd asertoryczny w postaci zdania apodyktycznego:

- (7) [...] premier, który specjalizuje się w dawaniu takich ultimatów, powiedział ministrowi Drzewieckiemu [...], że Polska to dziki kraj, i takie zadanie przed nim postawił, że jeżeli przekonasz na konferencji prasowej, przy okazji afery hazardowej, opinię publiczną, że jesteś niewinny, no to zostaniesz. Ja tego oczekuję od premiera – niech on mnie przekona, że on jest niewinny.

M. Łaszcz w końcowej części programu powraca do zasadniczego problemu, którym jest nie tylko uzyskanie informacji zawartej w wiedzy (operacyjnej) partnerów na temat afery taśmowej, ale i celu, czyli ustalenia wspólnego punktu widzenia. Uczestnicy debaty po kolei werbalizują swój sąd asertywny, np.

- (8) DP: Moim zdaniem dymisji rządu nie będzie, natomiast mogą polecieć głowy [...]
(9) PW: Ma dwa wyjścia. [...] Po pierwsze dymisje. Drugie, to wyjść, powiedzieć: Była tragiczna sytuacja [...]
(10) AS: Marek Belka powinien podać się do dymisji. Powinno się zdymisjonować Parafianowicza z PGNiG. [...]
(11) PL (P. Lisicki): Tu się zgadzam z redaktorem Stankiewiczem. [...] Zarówno rząd, jak prezes enbepu podają się do dymisji.

Jak widać, uczestnicy debaty osiągnęli wspólnie akceptowany cel komunikacyjny, zatem strategię można uznać za udaną.

W dynamicznie kształtowane interakcje komunikacyjne wplatane są także akty emotywno-oceniające, za pomocą których wyraża się różne przekonania, stany emocjonalne interlokutorów, sądy wartościujące itp. Dla wyrażania przekonania charakterystyczne są predykaty: *Uważam, że...*, *Sądzę, że*, *Według mnie...* itp. (Laskowska 1975, 27). Nie zawsze są one, rzecz jasna, użyte w tekście, np.

- (12) AS: [Belka] wartości stawia na szali gry politycznej. Tutaj Marek Belka nie zyskuje, tylko potwornie traci. (= [U w a ż a m , ż e] [Belka] wartości stawia na szali gry politycznej. Tutaj Marek Belka nie zyskuje, tylko potwornie traci.)
(13) PL: To jest dobrze dla opinii publicznej, że widać, jak wyglądały te rozmowy. (= [W e d ł u g m n i e] To jest dobrze dla opinii publicznej, że widać, jak wyglądały te rozmowy.)

Do przekonania należy też przyznawanie wartości obiektom. W tym wypadku obiektami są osoby uczestniczące w nagranych rozmowach, a przede wszystkim ich działania. Uczestnicy debaty stają się automatycznie subiektami — nadawcami sądów wartościujących, które w planie wyrażania mają postać zdań wartościujących (ocen). Da się je sprowadzić do jednego modelu semantycznego: *A uważa, że X jest dobry/zły pod jakimś względem (kryterium)* (Laskowska 1992, 11), np.

- (14) DP: [Takie rozmowy i nagrania] to jest skandal, kompromitacja państwa i służb. — Passent uważa, że zachowanie Sienkiewicza i Belki przynosi wstyd, jest niemoralne, więc złe pod względem etycznym i społecznym.
- (15) PL: [...] jest element estetyczny, dotyczący właśnie tego jakim językiem panowie mówią. — Lisicki uważa, że słownictwo stosowane przez partnerów w czasie rozmów jest wulgarnie, więc złe pod względem kryterium estetycznego.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na to, że w trakcie całej debaty występowała strategia wspomagająca. Jej celem było zbudowanie ramy perswazyjnej, niepowiązanej tematycznie z żadnym problemem poruszonym w debacie, lecz kreuującej wizerunek partnerów komunikacji jako osób wrażliwych na wartości etyczne, społeczne i poznawcze, stojących po stronie obywateli państwa, będących ich arbitrami, więc jednocześnie odczuwających więź ze społeczeństwem.

4. Podsumowanie

Program *Loża Prasowa* jest przykładem debaty publicznej — w odmianie medialnej. Realizuje kontakt werbalny *bona fide*, strategię nieantagonistyczną w typie informacyjno-weryfikacyjnym i substrategię wartościującą; wykorzystuje ustną odmianę języka, z jej trzema właściwościami: sekwencyjnością, dialogowością i sytuacyjnością. Na poziomie organizacji tekstu nad sekwencyjnością czuwa prowadząca program — M. Łaszcz. Reprezentuje ona instytucję medialną, jednocześnie jest rzecznikiem interesu publicznego. Formułuje pytania, których intencją jest uzyskanie wiedzy lub opinii na określony temat. Pełni trzy role: pośrednika-pomocnika, który poszerza kontekst (np. wprowadza materiały dokumentujące rozmowy, w rozmowie telefonicznej z M. Majewskim z *Wprost* stara się poznać motywy redakcji związane z przyjęciem materiałów itp.) i podsumowuje; równorzędnego partnera, ponieważ polemizuje z uczestnikami debaty, zadaje dodatkowe pytania, dążąc do uściślenia i jednoznacznej odpowiedzi; moderatora, który usprawniania proces komunikacji, udziela głosu, panuje nad porządkiem dyskusji.

W strukturze dialogowej wyodrębnieniu ulegają poszczególne kroki strategiczne, które pozwalają uporządkować odbiorcy ramę merytoryczną. Mamy też do czynienia z dyferencją stylową, która w tym wypadku polega na ujawnianiu emocji, wplataniu do wypowiedzi o charakterze oficjalnym elementów innowacyjnych i stylu potocznego, np.

- (16) [...] zblatowanie polityków, to już jest masakra.
- (17) W związku z czym jedziemy dalej, ja jestem kierownikiem szatni i już.
- (18) [...] że tam rzeczywiście jest mocna cienkość, w tym co mówi Sienkiewicz.

Bardzo ważna znaczeniowo jest także sytuacyjność, z którą wiążą się uwarunkowania społeczne i kulturowe, wspomniane wcześniej tło ogólne/sytuacyjne i sytuacja konkretna, dające razem ważną kontekstową ramę tematyczną, niezbędną do właściwej interpretacji każdego komunikatu.

Bibliografia

- AWDIEJEW, A./HABRAJSKA, G. (2004), Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. T. 1. Łask.
— (2006), Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. T. 2. Łask.
— (2009), Strategie propagandowe i agitacyjne. W: Habrajska, G. (red.), *Rozmowy o komunikacji* 3. Problemy komunikacji społecznej. Łask, 9-54.
BUDZYŃSKA-DACA, A. (2013), Debata jako gatunek retoryczny. W: *Poradnik Językowy*. 705/6, 19-34.
KITA, M. (2003), Medialna moda na dialog. W: Kita, M./Grzenia, J. (red.), *Dialog a nowe media*. Katowice, 171-188.
LASKOWSKA, E. (1975), Funkcja wartościująca a funkcja ludyczna wypowiedzi potocznych. W: *Studia Filologiczne*. z. 41 *Filologia Rosyjska* (17). Bydgoszcz, 27-32.
— (2002), Sytuacje komunikacyjne w dyskursach politycznych. W: Szpila, G. (red.), *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1 *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*. Kraków, 175-182.
— (1992), *Wartościowanie w języku potocznym*. Bydgoszcz.
LEWIŃSKI, P. H. (2012), *Neosofistyka. Argumentacja retoryczna w komunikacji potocznej*. Wrocław.
PISAREK, W. (red) (2006), *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
POPRAWA, M. (2009), *Telewizyjne debaty polityków jako przykład dyskursu publicznego*. Kraków.
PSTRĄG, J. (2004), *Wербalne i niewerbalne techniki i strategie konwersacyjnego oponowania na materiale debat telewizyjnych*. Kraków.
SZULCZEWSKI, M. (1969), *Publicystyka i współczesność. Szkice teoretyczne*. Warszawa.
SZYMANEK, K. (2001), *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*. Warszawa.
WOLNY-ZMORZYŃSKI, K./KALISZEWSKI, A./FURMAN, W. (2006), *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa.

Present-day public debate – its features, communication situation and strategies (an attempt to characterize based on selected examples)

In the first part of the text, the key definitional information that distinguishes debate from other types of linguistic communication was gathered. Then, a selected journalistic magazine – *Łoża Prasowa* – was characterized in search for attributes of TV debate and elements of its communication situation. In the second part, using communication grammar research tools (A. Awdiejew's and G. Habrajska's), methods involving informational-verifyative and axiological-emotive strategies, supplemented with elements of knowledge of the situational context, were shown.