


**WALEREGO PISARKA METODA BADANIA SŁÓW  
I WYRAŻEŃ SZTANDAROWYCH  
– KLUCZ DO ZROZUMIENIA ZMIAN SPOŁECZNEJ  
ŚWIADOMOŚCI**

**Jacek H. Kołodziej**

 [orcid.org/0000-0002-6655-4597](https://orcid.org/0000-0002-6655-4597)

Instytut Europeistyki

Uniwersytet Jagielloński

**ABSTRACT**

**Walery Pisarek's Method of the Banner Words Analysis – the Key to Understand the Dynamics of Social Awareness**

The article focuses on the analysis of banner words and phrases – the method of research originally conceptualized and tested by Walery Pisarek in the Press Research Centre in Kraków. The very methodology is pictured by its roots, basic features and lines of development, particularly within the context of the Centre's research experiences and resources of the 'golden era of 1970–1980'. Walery Pisarek himself attempted to develop this method in the close context of politolinguistics – a relatively new (in Poland) sub-discipline of the humanities, aiming at an explanation of the relations between extra-linguistic reality (mainly politics), the language used to describe politics and politicians' language. In his conceptual works Pisarek was combining the general assumptions of philosophy of language and political speech with the assumptions of axiology, successfully trying to incorporate this methodology into empirical media and communication knowledge. The method of banner words analysis, thus, draws extensively from semantics, linguistics, key words analysis, philosophy of values but also from sociology, opening a convincing approach to an empirical diagnosis of social awareness, based on the respondents' selection of their most relevant positive banner words (*miranda*), as well as the negative ones (*kondemnanda*). Following its methodological aspects, the text discusses the case of a national representative survey, carried out in the Press Research Centre between 1990 and 1999, with the focus on Polish banner words reconstruction, their rankings, systems and semantics. The original methodology

of Walery Pisarek has been followed up by his students, who have been blazing the trail for future implementations of this method.

**Keywords:** Walery Pisarek, banner words and phrases, key words, Press Research Centre

### *Kontekst rozwoju oraz teoretyczne podłoże metody*

Jak często bywało w Ośrodku [Badań Prasoznawczych], zaczęło się od Henryka Siwka – nieocenionego, kreatywnego socjologa o wielkiej wiedzy praktycznej i metodologicznej wyobraźni. On pierwszy w 1984 roku opracował podstawy ankietowych badań związków nastawienia Polaków do władzy z ich systemami wartości (Siwek 1984). Nowatorska ankieta przyniosła porcję interesujących danych na temat polskiego społeczeństwa lat 80. ubiegłego wieku, nade wszystko jednak przetrwała szlak pod rozwój metody badań słów sztandarowych, która mogła się rozwinąć dzięki czterem sprzyjającym okolicznościom. Nazwijmy je czynnikami: wsparcia instytucjonalnego, fenomenu Walerego Pisarka, sposobu wprowadzania w życie, oraz – co nie bez znaczenia – kontekstu historycznego polskiej transformacji lat 90. ubiegłego wieku.

Rozwój metody przypada na końcowy etap najlepszego okresu w historii Ośrodka (Filas 2016, s. 15–19)<sup>1</sup>, będącego w tym czasie sprawną, bogatą w doświadczenia, samowystarczającą organizacją prowadzącą badania społeczne na dużą skalę. Po wspólnych latach 70., restrykcjach stanu wojennego i wyhamowywaniu aktywności w latach 80., Ośrodek nadal mógł liczyć na finansowanie ogólnopolskich badań czytelnictwa prasy przez partyjny koncern wydawniczy RSW „Prasa–Książka–Ruch”, który otrzymywał w zamian wysokiej klasy analizy i rekomendacje. Od roku 1990, kiedy Komisja Likwidacyjna rozwiązała RSW, a Ośrodek, zgodnie z decyzją większości pracowników, został włączony w struktury Uniwersytetu Jagiellońskiego, prosty model finansowania badań się skończył. Jednak została sprawna infrastruktura: znakomita biblioteka, dział poligraficzny, funkcjonalny podział na pracownie badawcze i – przede wszystkim – profesjonalna, ogólnopolska supersieć ankietów, złożona z 17 wojewódzkich sieci zarządzanych przez wyszkolonych koordynatorów. Stanowiąc podstawę unikatowej wiedzy empirycznej, ogólnopolskie ankietowe badania odbioru prasy kontynuowano w latach 90., pozyskując środki od zewnętrznych inwestorów – głównie prasowych instytucji wydawniczych. W nadal dobrze działającym systemie było miejsce na dodatkowe techniki i moduły głównej ankiety, zgodnie zresztą z poważnie traktowaną w Ośrodku paradygmatyczną transdyscyplinarnością (Filas 2016, s. 18; Krasicki 1957, s. 6).

<sup>1</sup> Przywołując periodyzację rozwoju Ośrodka zaproponowaną przez Ryszarda Filasa, należałoby powiedzieć, że opisywana metoda nabrała pierwotnego kształtu pod koniec etapu „budowania [przez Ośrodek] pozycji naukowej branżowej firmy usługowej” i międzynarodowej renomy (1963–1990), by osiągnąć empiryczną dojrzałość w okresie „akademicko-badawczym” Ośrodka (1990–2000).

Warunkiem *sine qua non* sukcesu opisywanej metody w ostatecznym jej kształcie był fenomen Walerego Pisarka, rzeczywistego jej twórcy, który należy ująć w kontekst jego poglądów naukowych i metodologicznych preferencji. Pisarek jako prasoznawca przywiązany był do postulatów neopozytywistycznego empiryzmu, kierował się zasadami nauki obiektywistycznej, standaryzowanych, systematycznych pomiarów i statystycznych weryfikacji. Równocześnie jednak i niezaprzeczalnie cały czas pozostawał filologiem, językoznawcą<sup>2</sup> i wielkim humanistą – co, jak można się domyślać, musiało tworzyć pewną emergentną jego cechę – naturalną zdolność do transgresji, otwarcia się na argumenty innych dyscyplin wiedzy i inne perspektywy metodologiczne. Badający jakościowo kulturę Pisarek-językoznawca nigdy nie stał w sprzeczności z analizującym czynniki i parametry Pisarkiem-socjologiem i prasoznawcą. Opisywana metoda badania słów i wyrażeń sztandarowych nabrała kształtu dzięki takiej transgresji, a właściwie dzięki wielu jej aspektom.

Twórca wiązał metodę z politolingwistyką – relatywnie nową w Polsce i popularną w Niemczech (Diekmann 1975; Klein 2014; Niehr 2014; Niehr 2013, s. 73–88; Niehr 2007, s. 496–502; Niehr 2002, s. 85–104; Pisarek 2007b, s. 348–355; Wolter 2000)<sup>3</sup> subdyscypliną nauk humanistycznych, którą charakteryzował w kontekście innych „lingwistik myślnikowych” (socjolingwistyki, etnolingwistyki, psycholingwistyki, neurolingwistyki) jako wiedzę na temat związków między rzeczywistością pozajęzykową (polityką) a odmianą języka opisującego politykę i stosowanego przez polityków. Politolingwistyka w rozumieniu Pisarka wymaga kompetencji językoznawcy, politologa i socjologa, jest typowym przykładem dziedziny wiedzy odwołującej się do transdyscyplinarności (Pisarek 2007b). Pracując nad metodą badań, Pisarek poszedł jeszcze dalej, łącząc ogólne założenia politolingwistyki z przesłankami aksjologii, wkomponowując wszystko w wyznaczniki empirycznego prasoznawstwa (co nadaje politolingwistyce cechy nauki społecznej).

Prześledźmy te założenia.

Język ma charakter symboliczny. Jego symbolizm rozciąga się na wszystkie jego płaszczyzny, od fonetyki i morfologii, po składnię, leksykę i pragmatykę. Zgodnie z kognitywistycznym przekonaniem, podstawowym przedmiotem badań jest znaczenie, nie struktura (Krzyszowski 1984, s. 12), choć wzajemnie mogą one wywierać na siebie wpływ.

Istnienie słów oraz ich selektywne użycie w obrębie większych jednostek języka, zgodnie z regułami gramatyki i pragmatyki (oraz zasadami komunikacji społecznej), nie jest przypadkiem, lecz odzwierciedleniem sposobu postrzegania, rozumienia, interpretowania i kategoryzowania rzeczywistości przez człowieka. Można powiedzieć, że język wyraża tożsamość grup społecznych i wspólnot (Bartmiński 2014, s. 8).

- 2 Można oczywiście powiedzieć, że wiele znanych tekstów Pisarka na temat języka to zarazem teksty o mediach (bo stałym kontekstem jest język w komunikacji medialnej) – ale trzeba uczciwie zauważyć, że jego najstarsze teksty dotyczące kultury języka, poprawności czy zrozumiałości wypowiedzi ukazują myślenie autora z zupełnie innej perspektywy.
- 3 Dorobek niemieckiej politolingwistyki jest znaczący i rozległy. Obejmuje leksykografię, studia semantyczne, stylistyczne, retoryczne, badania słów i obrazów kluczowych oraz wybrane aspekty komunikowania politycznego.

Wynika z tego, że słowa jako nośniki znaczeń leksykalnych i konotacyjnych są jednostką badawczą umożliwiającą poznanie kultury danej wspólnoty. Słów nie da się lekceważyć, „słowa to podstawowe artefakty społeczeństwa – właściwie rozumiane są najlepszym kluczem do wartości i założeń charakterystycznych dla danej kultury” – pisze Anna Wierzbicka (2006, s. 269–270), przekonująco uzasadniając silne założenie semantycznej teorii znaczenia: „Istnieje ścisła zależność pomiędzy życiem społeczeństwa a słownictwem języka, jakim to społeczeństwo mówi. Odnosi się to w tym samym stopniu do zewnętrznych przejawów życia, jak i do życia wewnętrznego, niedostrzegalnego gołym okiem” (Wierzbicka 2007, s. 16).

W każdym języku istnieją słowa mniej ważne, ważne, ważniejsze i najważniejsze; strukturze słownictwa odpowiada układ priorytetów w modelu kultury. Waga słowa jest wypadkową wielu czynników, wśród których podstawowe znaczenie ma frekwencja użycia (w języku w ogóle, jak również w konkretnym zbiorze wypowiedzi). Na tej podstawie można zakwalifikować metodę badania słów i wyrażzeń sztandarowych do teoretycznej tradycji badania kluczowości zjawisk zarówno w odniesieniu do kultury, jak i języka.

Jerzy Bartmiński przypomina, że pojęcie *słowa klucza*, wprowadzone przez Pierre’a Guirauda w 1954 roku jako *mots-clefs*, oznaczało pierwotnie słowa, których frekwencja w danym tekście była wyższa niż w języku w ogóle (Bartmiński 2016, s. 22), jednak autorzy późniejszych badań zaczęli wyróżniać również kluczowość tematyczną – „słowa-klucze” do tematu tekstu (Wyka 1973), do indeksowania jego treści (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009) czy typowości danego stylu (Wyka 1973). Anna Wierzbicka proponuje rozumienie słów kluczy w odniesieniu do narodowej kultury – jako „słów wyrażających kluczowe wartości społeczeństwa, które [danym] językiem mówi” (Wierzbicka 2007, s. 14 i nast.). W tym rozumieniu kluczowość nie jest warunkowana frekwencją występowania słowa, jednak częstotliwość pozostaje jednym z czynników kulturowej wartości i znaczenia słowa.

Badania nad kluczowością pojęć i słów rozwijają się dynamicznie, czego wyraz widać w systematycznym rozwoju terminologii. Kontynuatorzy Wierzbickiej operacjonalizują kategorię „kulturemu” (Rak 2017, s. 217–227) – słowa klucza ujawniającego ważny składnik tożsamości grupy, „charakteryzujące[go] zarówno jej stosunek do tradycji, dziedziczonych wartości, jak i radzenie sobie z czasem terażniejszym” (Bartmiński 2016; Nagórko, Łaziński, Burkhardt 2004). Wyróżnikiem kategorii „kulturemu” jest odniesienie zogniskowane na kulturę narodową, inaczej niż np. w przypadku „symboli kolektywnych” – kategorii analitycznej stosowanej przez Michaela Fleischera (1996) w badaniach porównawczych w miastach niemieckich, polskich i rosyjskich. Symbole kolektywne to „jednostki funkcjonalne, wykazujące silne pozytywne lub negatywne nacechowanie oraz – równocześnie – znaczenie kulturowe”, które wynika z różnicy między zawartością słowników a opisami znaczenia dokonywanymi przez użytkowników języka. Inne, analogiczne kategorie, ukazujące bogactwo akcentów badań na kluczowością, to: „językowe symbole polityczne” (Zimny, Nowak 2009, s. 11), „pojęcia społeczno-polityczne” (Molas 2007, s. 54–64), „hasła konstytutywne” (Wróblewski 2006, s. 343–346), „symbole dominujące” (Turner 2006, s. 28), „ideologem” (Zemsał 2014, s. 51–53). Obszerne

omówienie przykładów ważnych słów w Polsce zawiera książka Jerzego Bralczyka (2009). Natomiast wcześniej Walery Pisarek w sposób syntetyzujący zestawiał różne nazwy ważnych słów (2002, s. 12), jak również scharakteryzował sześć odmian kluczowości (Pisarek 201, s. 12–14; Pisarek 2002, s. 7–18). Rekonstrukcja kluczowości zjawisk językowych pozostaje fundamentalną i żywą kategorią badań: językowego i medialnego obrazu świata (Bartmiński 2007; Anusiewicz, Dąbrowska, Fleischer 2000, s. 11–44), dyskursów publicznych (Duszak, Kowalski 2013; Łaziński 2016, s. 75–94; Czachur 2011, s. 80–97), języka w mediach, mediolingwistyki (Skowronek 2015, 114–124) oraz prac politolingwistycznych (Płaneta 2009, s. 7–34; Płaneta 2014, s. 35–54; Kołodziej 2011; Grzegorek 2013, s. 287–297; Zimny, Nowak 2009; Zemszał 2014). Badania Moniki Grzeszczak (2015) pokazują, że można z powodzeniem łączyć różne kategorie kluczowości – jak np. pojęcia „słów kluczy” Wierzbickiej, „symboli kolektywnych” Fleischera i „słów sztandarowych” Pisarka w ujednoczoną kategorię „wartości” (Bartmiński 2016).

Słowa i wyrażenia sztandarowe („flagowe”) należą do ważnej odmiany słów kluczowych – wskaźników stanu świadomości społecznej. Są specyficzne ze względu na trzy właściwości: zawierają relatywnie wysoką wartość emotywną (potencjał wywoływania pozytywnych bądź negatywnych stanów emocjonalnych), ścisły związek z systemem wartości odczuwanych, podzielanych i/lub deklarowanych przez przedstawicieli danej kultury (Puzynina 1992; Marcjanik 2016, s. 111–122; Kaempferd 1990, s. 1199–1206), pod względem pragmatycznym mają charakter relacyjny („sztandarowość” jest wartością użytkową – cenną zawsze dla kogoś, w danej sytuacji społecznej). W konsekwencji sztandarowość jako własność rzeczy podlega stopniowaniu i zmianom: niektóre treści sztandarowe okazują się bardziej uniwersalne, inne w większym stopniu doraźne.

Walery Pisarek definiuje słowa sztandarowe w następujący sposób: [Są to] „wyrazy i wyrażenia, które z racji swojej wartości denotacyjnej i konotacyjnej, a zwłaszcza emotywnej, nadają się na sztandary i transparenty, a więc do roli x lub y w strukturach typu Niech żyje x! Precz z y! Słowa sztandarowe [...], nacechowane dodatnio lub ujemnie, wyrażają (lub wywołują w świadomości partnera dyskursu) bądź pojęcia pozytywne, czyli *miranda*, bądź pojęcia negatywne, czyli *kondemnanda*. [...] *Miranda* i *kondemnanda* oraz wartości i antywartości mają status rekonstrukcji teoretycznych, słowa sztandarowe zaś są elementami empirycznie dostępnej rzeczywistości językowej” (Pisarek 2002, s. 7).

W społecznie kształtowanej świadomości, jak i w publicznej komunikacji użycie słów i wyrażen sztandarowych jest podstawowym środkiem wyrażania i akcentowania przez jednostki i grupy kluczowych, językowo skategoryzowanych treści autoidentyfikacyjnych lub – przeciwnie – dyskredytacyjnych i dewaluacyjnych. Z tych powodów słowa i wyrażenia sztandarowe są skumulowanym środkiem komunikowania tożsamości grupowej, a przy okazji narzędziem identyfikacji i walki politycznej.

Istotne znaczenie ma ścisły związek słów i wyrażen sztandarowych z wiedzą naukową na temat systemów wartości. Stanowią one ramę pojęciową dla treści oznaczanych przez *miranda* i *kondemnanda*, dostarczając równocześnie wzorów

taksonomii i analizy wypracowanych na gruncie filozofii, socjologii i lingwistyki wartości.

Głęboki kontekst aksjologiczny jest ogromną zaletą opisywanej metody, bywa również czynnikiem sporych komplikacji i trudności. Badanie relacji między empirycznymi, językowymi wskaźnikami a społecznymi systemami *mirandów* i *kondemnantów* to przedsięwzięcie bardzo trudne ze względu na złożoność zjawisk aksjologicznych. Społeczny system aksjo-normatywny z założenia podlega licznym napięciom. Po drugie, doświadczanie wartości przez jednostkę stanowi proces o komponentach psychicznym i społecznym, których nie sposób rozdzielić. Stanisław Ossowski trafnie spostrzegł, że „naszymi pragnieniami i postępowaniem kierują wartości układające się na dwu niewspółmiernych skalach: «tego, co odczuwane», oraz «tego, co uznawane»” (Ossowski 1967, s. 71–101), przy czym skale i hierarchie wartości podlegają fluktuacji, relatywizacji i są niewspółmierne. Można powtórzyć za Henrykiem Elzenbergiem, że kultura polityczna to „parada wartości uznawanych” i „walczących o uznanie” (Elzenberg 1986, s. 13 i nast.), przy czym mechanizm eksternalizacji wartości (a zwłaszcza „wpisywania ich reprezentacji na sztandary”) podlega dodatkowym czynnikom, wśród których istotną rolę odgrywa „spirala milczenia”.

Trzeba również dostrzec działanie różnych mechanizmów kształtowania się systemu *mirandów* i *kondemnantów*. Pewne zmiany układów słów sztandarowych mogą występować szybko, w zależności od dynamiki zdarzeń i splotów okoliczności (dobrym przykładem jest słowo „konstytucja”, bez którego nie można wyobrazić sobie współczesnej ankiety) – podczas gdy ewolucja hierarchii wartości społecznych i kulturowych przebiega znacznie wolniej. Doraźnym katalizatorem zmiany są polityczne konflikty, medialne rekonstrukcje porządków wartości oraz wydarzenia dużej rangi, które zwykle trudno przewidzieć. Kręgi wzajemnego oddziaływania wartości występują na następujących poziomach: interakcji społecznej, grupowym, wspólnotowym – lokalnym, regionalnym, ogólnokrajowym, europejskim i globalnym. W końcu do jednego ze strategicznych zadań podmiotów politycznych należy kontrola „tego, co sztandarowe” ze względu na cele i interesy polityczne, przy czym skuteczność owej kontroli zależy od dostępu do kanałów informacji.

Następna okoliczność – sposób pracy nad nadawaniem metodzie jej empirycznego kształtu – wieńczy pozostałe czynniki: *know-how* Ośrodka, gruntownie przemysłanych założeń, prasoznawczej transdyscyplinarności. Analiza inauguracji Okrągłego Stołu pozwoliła Waleremu Pisarkowi na przetestowanie metody w kontekście teorii medialnej komunikacji politycznej (Pisarek 1989, s. 29–48), a równoległe prace statystyczne nad wynikami ankietowych badań ogólnopolskich posłużyły do zweryfikowania założeń operacjonalizacji słów sztandarowych w odniesieniu do kategorii rzeczywistości społecznej i politycznej (Pisarek 1992a, s. 16–37).

Kluczowe znaczenie dla dojrzałości metody miały dyskusje, czasem konfrontacje, prowadzone przez Pisarka ze środowiskami naukowców badających językowe reprezentacje wartości. Trwały one przez cały czas badań słów sztandarowych. Prace nad metodą zbiegły się w czasie ze studiami Jadwigi Puzyniny – promotorki lingwistyki aksjologicznej w Polsce – a zwłaszcza jej propozycją rekonstrukcji

językowych pól wartości na podstawie fenomenologii Maxa Schelera (Puzynina 1992), stanowiącej w tej propozycji ramę klasyfikacji wartości. Rama ta została przyjęta przez Pisarka (z pewnymi modyfikacjami Stanisława Grabiassa) w roli hipotetycznego szkieletu listy słów i wyrażeń sztandarowych. Trzeba dodać, że lata 80., 90. i pierwsza dekada XXI wieku były okresem obfitującym zarówno w prace nad systematyzacją języka wartości<sup>4</sup>, jak i w empiryczne analizy mające uchwycić zmiany wartości odczuwanych/podzielanych przez Polaków w okresie transformacji. W wyniku tych dyskusji metodologia Pisarka mogła nabrać empirycznej dojrzałości, pozytywnie wyróżniając się m.in. dzięki równoprawnemu potraktowaniu wartości i antywartości, zgodnie zresztą z fundamentalnym założeniem aksjologii.

Rozwój metody badania słów i wyrażeń sztandarowych przypada na przełom lat 80. i 90., transformację systemową, okres fundamentalnych zmian politycznych, gospodarczych, społecznych i medialnych w Polsce i Europie. Dla badań społecznych był to złoty okres.

### *Techniki badania słów i wyrażeń sztandarowych* – aspekt praktyczny

Wstępnym celem była rekonstrukcja hierarchii *mirandów* i *kondemnantów* Polaków na podstawie wskazań na słowa sztandarowe – ich nośniki, przedstawione respondentom w postaci listy. Każde słowo badani mogli zakwalifikować jako wskaźnik *mirandum* bądź *kondemnandum*, mając dwa razy po dziesięć wyborów. Określając metodologiczne wymogi apriorycznego doboru słów do listy („najtrudniejsze zadanie”), Pisarek wymienia sześć warunków: (a) zbiór słów nie mógł przekroczyć sześćdziesięciu jednostek<sup>5</sup> – ze względu na możliwości percepcyjne respondentów;

4 Zapoczątkowana przez J. Puzyninę idea badania języka wartości zbiegła się z ogólnopolskim konwersatorium „Język a kultura” (organizowanym corocznie od 1985 r.), stopniowo poszerzając zakres o etnolingwistyczne studia Jerzego Bartmińskiego nad zmianami semantyki wartości oraz językoznawców z Lublina nad językowym obrazem świata. Towarzyszyły temu inne przedsięwzięcia – choćby porównawcze studia nad symbolami kolektywnymi Michaela Fleischera (w Bochum, Lublinie i Wrocławiu). Bardzo ważnymi etapami badań były prace nad polskim słownikiem aksjologicznym (lata 90., z szerokim udziałem wybitnych filozofów, kulturoznawców i językoznawców – jak Irena Bajerowa, Renata Grzegorzczkowska, Elżbieta Laskowska, Anna Wierzbička, Zofia Zaron, Jerzy Bartmiński, Adam Bednarek, Andrzej Bogusławski, Michał Głowiński, Ryszard Jedliński, Marian Kallas, Tomasz Krzeszowski, Andrzej Maria Lewicki, Adam Stanowski, Józef Tischner i inni), kontynuowane np. w ramach prac porównawczych nad przemianami w językach narodowych w krajach Europy Środkowej i Wschodniej (konwersatorium EUROJOS, program „Językowy obraz świata w okresie transformacji w Europie”).

5 Lista wykorzystana w ankiecie z 1991 r. liczyła 48 jednostek (przy czym we wszystkich badaniach w latach 1990. Wystąpiły 22 słowa: *aborcja, anarchia, dyktatura, Europa, godność (honor), klerykalizm, lewica, miłość, naród, ojczyzna, opieka, państwo, patriotyzm, prawica, prywatyzacja, równość, socjalizm, solidarność, sprawiedliwość, wiara, wolność, zgoda*), a główna ankieta z 1999 r. – 54 jednostki.

(b) wymóg porównywalności: zbiór słów musiał być w miarę możliwości niezmienny – ze względu na porównywalność badań w czasie; (c) wymóg systemowości: dobór słów powinien był zapewniać obecność par *mirandum*–*kondemnandum* (zgodnie z aksjologiczną właściwością układania się wartości i antywartości w pary), przy czym jednej wartości mogło odpowiadać więcej niż jedno słowo; (d) wymóg aksjologiczny: zbiór słów musiał odzwierciedlać przyjęty system wartości; (e) wymóg aktualności: empiryczny zbiór słów i wyrażen powinien był zawierać jednostki, które występują w bieżącej publicznej perswazji; (f) wymóg wyrazistości: zbiór słów powinien był zawierać jednostki nacechowane emocjonalnie, ale bez ograniczania się do emotywnych konotacji (jak epitety) – „z założenia bowiem słowa sztandarowe są kategorią językową (choć aksjologicznie obciążoną), a nie czysto aksjologiczną” – podkreślał Pisarek (2002, s. 15). Rysunek nr 1 przedstawia część „S” ankiety – kwestionariusz do badania słów i wyrażen sztandarowych w 1999 roku, zawierający listę 54 kategorii.

Poza zebraniem wskazań respondentów na słowa oznaczające ich *miranda* i *kondemnanda*, w badaniach chodziło również o rekonstrukcję aspektów znaczeń przypisywanych do pól semantycznych głównych wartości (w 1999 r. tak były badane: *wolność, wiara, reformy państwa, równość, miłość, walka, sprawiedliwość, bezpieczeństwo, Europa*). Ankieta zawierała ponadto test niedokończonych zdań („Niech żyje...”, „Precz z...”) w celu uchwycenia swobodnych skojarzeń – emocjonalnych reakcji w sytuacji budowania przez respondentów sztandarowych haseł.

Celem głównym było odtworzenie złożonych związków między wskazaniami słów a cechami i postawami respondentów, które rekonstruowano na podstawie innych pytań ankiety<sup>6</sup>. W szczególności metoda dawała możliwość: (a) taksonomii respondentów/Polaków ze względu na ich wybory słów sztandarowych i orientację aksjologiczną oraz rekonstrukcję specyfiki poszczególnych grup; (b) pogłębienia wiedzy na temat publiczności poszczególnych mediów ze względu na ich wskazania słów sztandarowych i orientację aksjologiczną; (c) odtworzenie zależności między poglądami politycznymi i postawami respondentów/Polaków a ich orientacją aksjologiczną.

Przypadające na lata 90. badania pilotażowe – testowanie narzędzi i analizy wybranych korpusów tekstów przez pracowników Ośrodka – zostały udokumentowane w postaci kilkunastu artykułów i raportów z badań (Pisarek 1992a, 1992b, 1994; 1999, s. 65–69; 2001, s. 143–152; Grzybczak 2000; Płaneta 2000; Kołodziej 2000).

6 Ankieta nosiła tytuł „Polacy a media masowe”, służąc w szerszym planie do badania aktywności medialnej, kulturalnej i politycznych preferencji Polaków.



Rysunek 1. Ankieta OBP „Polacy i media masowe”  
– karta do badania słów i wyrażeń sztandarowych

Część „S” SŁOWA SZTANDAROWE, SYSTEM WARTOŚCI

	Nazwę tego, co uważamy za bardzo cenne, piszemy na plakatach i transparentach po słowach NIECH ŻYJE, natomiast nazwę tego, co potępiamy, piszemy na plakatach i transparentach po słowie PRECZ.																																																								
<b>S1</b>	A co by Pan(i) <b>osobiście</b> najchętniej napisał(a) na swoim własnym transparentie? Proszę dokończyć hasło ...																																																								
A.	NIECH ŻYJE ....																																																								
B.	PRECZ Z .....																																																								
<b>S2</b>	A jak Pana zdaniem <b>większość</b> Polaków zakończy hasło ...																																																								
A.	NIECH ŻYJE ....																																																								
B.	PRECZ Z .....																																																								
<b>S3</b>	<p>Poniżej zamieszczamy listę wyrazów i wyrażeń. Proszę zapoznać się z nimi (KARTA S3), a następnie oznaczyć <i>plusem</i> (“+”) kilka - nie więcej jednak niż 10 wyrazów - takich, które oznaczają - Pana(i) zdaniem - treści <b>najlepsze, najpiękniejsze i najwartościowsze</b>. Następnie prosimy oznaczyć <i>minusem</i> (“-”) kilka - nie więcej jednak niż 10 wyrazów - takich, które oznaczają dla Pana(i) treści <b>najgorsze, najbardziej nieprzyjemne lub najszkodliwsze</b>.</p> <p><i>Plusy (+) i minusy (-) zamieszczone przy wyrazach prosimy zakreślać kółkami.</i></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">+ 01. reklama</td> <td style="width: 33%;">+ 19. lewica</td> <td style="width: 33%;">+ 37. prywatyzacja</td> </tr> <tr> <td>+ - 02. zgoda</td> <td>+ 20. kapitalizm</td> <td>+ 38. bezpieczeństwo</td> </tr> <tr> <td>+ - 03. reformy państwa</td> <td>+ - 21. samorząd</td> <td>+ - 39. korupcja</td> </tr> <tr> <td>+ 04. opieka</td> <td>+ 22. ojczyzna</td> <td>+ 40. Europa</td> </tr> <tr> <td>+ - 05. tolerancja</td> <td>+ 23. walka</td> <td>+ 41. luksus</td> </tr> <tr> <td>+ 06. zazdrość</td> <td>+ 24. globalizm</td> <td>+ 42. nowoczesność</td> </tr> <tr> <td>+ 07. aborcja</td> <td>+ - 25. państwo</td> <td>+ - 43. dyktatura</td> </tr> <tr> <td>+ 08. wiara</td> <td>+ 26. wolność</td> <td>+ 44. prawica</td> </tr> <tr> <td>+ 09. nauka</td> <td>+ - 27. solidarność</td> <td>+ - 45. dobro własne</td> </tr> <tr> <td>+ - 10. socjalizm</td> <td>+ 28. sprawiedliwość</td> <td>+ 46. wartości chrześcijańskie</td> </tr> <tr> <td>+ 11. naród</td> <td>+ - 29. sukces</td> <td>+ 47. erotyka</td> </tr> <tr> <td>+ 12. równość</td> <td>+ 30. rodzina</td> <td>+ 48. przedsiębiorczość</td> </tr> <tr> <td>+ - 13. cenzura</td> <td>+ 31. elita</td> <td>+ 49. zakłamanie</td> </tr> <tr> <td>+ 14. anarchia</td> <td>+ - 32. godność (honor)</td> <td>+ - 50. prawda</td> </tr> <tr> <td>+ 15. miłość</td> <td>+ - 33. obcy kapitał</td> <td>+ - 51. patriotyzm</td> </tr> <tr> <td>+ 16. klerykalizm</td> <td>+ - 34. piękno</td> <td>+ - 52. tradycja</td> </tr> <tr> <td>+ 17. praca</td> <td>+ 35. uczciwość</td> <td>+ 53. zdrowie</td> </tr> <tr> <td>+ 18. dobro innych</td> <td>+ - 36. lustracja</td> <td>+ - 54. brzydota</td> </tr> </table>			+ 01. reklama	+ 19. lewica	+ 37. prywatyzacja	+ - 02. zgoda	+ 20. kapitalizm	+ 38. bezpieczeństwo	+ - 03. reformy państwa	+ - 21. samorząd	+ - 39. korupcja	+ 04. opieka	+ 22. ojczyzna	+ 40. Europa	+ - 05. tolerancja	+ 23. walka	+ 41. luksus	+ 06. zazdrość	+ 24. globalizm	+ 42. nowoczesność	+ 07. aborcja	+ - 25. państwo	+ - 43. dyktatura	+ 08. wiara	+ 26. wolność	+ 44. prawica	+ 09. nauka	+ - 27. solidarność	+ - 45. dobro własne	+ - 10. socjalizm	+ 28. sprawiedliwość	+ 46. wartości chrześcijańskie	+ 11. naród	+ - 29. sukces	+ 47. erotyka	+ 12. równość	+ 30. rodzina	+ 48. przedsiębiorczość	+ - 13. cenzura	+ 31. elita	+ 49. zakłamanie	+ 14. anarchia	+ - 32. godność (honor)	+ - 50. prawda	+ 15. miłość	+ - 33. obcy kapitał	+ - 51. patriotyzm	+ 16. klerykalizm	+ - 34. piękno	+ - 52. tradycja	+ 17. praca	+ 35. uczciwość	+ 53. zdrowie	+ 18. dobro innych	+ - 36. lustracja	+ - 54. brzydota
+ 01. reklama	+ 19. lewica	+ 37. prywatyzacja																																																							
+ - 02. zgoda	+ 20. kapitalizm	+ 38. bezpieczeństwo																																																							
+ - 03. reformy państwa	+ - 21. samorząd	+ - 39. korupcja																																																							
+ 04. opieka	+ 22. ojczyzna	+ 40. Europa																																																							
+ - 05. tolerancja	+ 23. walka	+ 41. luksus																																																							
+ 06. zazdrość	+ 24. globalizm	+ 42. nowoczesność																																																							
+ 07. aborcja	+ - 25. państwo	+ - 43. dyktatura																																																							
+ 08. wiara	+ 26. wolność	+ 44. prawica																																																							
+ 09. nauka	+ - 27. solidarność	+ - 45. dobro własne																																																							
+ - 10. socjalizm	+ 28. sprawiedliwość	+ 46. wartości chrześcijańskie																																																							
+ 11. naród	+ - 29. sukces	+ 47. erotyka																																																							
+ 12. równość	+ 30. rodzina	+ 48. przedsiębiorczość																																																							
+ - 13. cenzura	+ 31. elita	+ 49. zakłamanie																																																							
+ 14. anarchia	+ - 32. godność (honor)	+ - 50. prawda																																																							
+ 15. miłość	+ - 33. obcy kapitał	+ - 51. patriotyzm																																																							
+ 16. klerykalizm	+ - 34. piękno	+ - 52. tradycja																																																							
+ 17. praca	+ 35. uczciwość	+ 53. zdrowie																																																							
+ 18. dobro innych	+ - 36. lustracja	+ - 54. brzydota																																																							
<b>S4</b>	Co się Panu(i) nasuwa w pierwszej chwili na myśl, kiedy Pan(i) słyszy niżej wymienione słowa? Proszę wybrać któreś z podanych znaczeń lub podać własne. KARTA S4																																																								
A.	WOLNOŚĆ	1. wolność ojczyzny 4. coś innego – co?	2. wolność osobista 3. brak zobowiązań																																																						
B.	WIARA	1. wiara w Boga 4. coś innego – co?	2. zaufanie między ludźmi 3. brak pewności																																																						
C.	REFORMY PAŃSTWA	1. reformy służby zdrowia 4. coś innego – co?	2. reformy administracji 3. reformy emerytur																																																						
D.	RÓWNOŚĆ	1. równość wobec prawa 4. coś innego – co?	2. równość kobiet i mężczyzn 3. równość zarobków																																																						
E.	MIŁOŚĆ	1. miłość w rodzinie 4. coś innego – co?	2. miłość bliźniego 3. miłość erotyczna																																																						
F.	WALKA	1. walka z wrogiem 4. coś innego – co?	2. walka o pokój 3. walka polityczna																																																						
G.	SPRAWIEDLIWOŚĆ	1. sprawiedliwość ze strony państwa 4. coś innego – co?	2. sprawiedliwość ze strony ludzi 3. sprawiedliwość zarobków																																																						
H.	BEZPIECZEŃSTWO	1. bezpieczeństwo na ulicach 4. coś innego – co?	2. bezpieczeństwo pracy i zarobków 3. „bezpieka” (UB)																																																						
I.	EUROPA	1. Unia Europejska 4. cywilizacja 7. coś innego – co?	2. zagrożenie 5. dobrobyt 6. zepsucie 3. Zachód																																																						
<b>Uwaga! Pytania S5 – S9 zadajemy wyłącznie osobom w wieku do 55 lat!</b>																																																									

**Tabela 1.** Treści najpiękniejsze (*miranda*) oraz treści najgorsze (*kondemnanda*) Polaków w badaniach słów i wyrażeń sztandarowych OBP w 1999 r. (N = 4873)

Słowa sztandarowe Polaków w 1999 r. – hierarchie i zasięg				
Ranga	Mirandum	Zasięg proc.	Kondemnandum	Zasięg proc.
1	miłość	69,1	zakłamanie	68,6
2	rodzina	55,8	korupcja	66,6
3	zgoda	50,4	dyktatura	55,9
4	wolność	49,0	zazdrość	55,3
5	sprawiedliwość	46,7	anarchia	46,7
6	tolerancja	43,4	aborcja	43,5
7	zdrowie	43,1	brzydota	36,5
8	praca	41,3	cenzura	34,0
9	uczciwość	40,8	walka	23,5
10	wiara	40,5	klerikalizm	21,2
11	ojczyzna	36,7	lustracja	20,2
12	nauka	36,2	obcy kapitał	19,4
13	opieka	35,7	elita	18,9
14	prawda	33,4	socjalizm	18,8
15	bezpieczeństwo	31,6	erotyka	18,7
16	równość	30,8	reklama	15,1
17	dobro innych	21,8	lewica	13,7
18	godność	19,6	reformy państwa	11,7
19	piękno	18,9	prywatyzacja	11,3
20	naród	17,8	kapitalizm	10,8
21	wartości chrześcijańskie	10,8	globalizm	6,2
22	sukces	10,7	luksus	5,5
23	patriotyzm	10,5	solidarność	5,4
24	reformy państwa	9,7	prawica	3,8
25	solidarność	9,1	wartości chrześcijańskie	2,5
26	tradycja	7,9	samorząd	2,1
27	państwo	7,6	dobro własne	1,9

Główna akcja ankietowa została przeprowadzona między 15 października a 20 listopada 1999 roku. Połączono w niej kwestionariusze badające aktywność medialną i kulturalną Polaków, preferencje polityczne oraz postrzeganie hierarchii słów i wyrażeń sztandarowych. Szczegółowe opisy próby losowo-adresowej i technicznych szczegółów badań zawiera metodologiczny aneks do książki Walerego

Pisarka, autorstwa Ryszarda Filasa (2002, s. 181–193)<sup>7</sup>. Tabela 1 ukazuje hierarchię słów sztandarowych Polaków na podstawie ankiety z 1999 roku.

### *Interpretacja wyników: model wyjaśniania zmiany społecznej na podstawie wskazań na słowa i wyrażenia sztandarowe*

Twórca metody podkreślał, że stanowi ona dogodne narzędzie poznania świadomości społecznej, kierunków jej zmian i wybranych czynników. W tym kontekście za cenny wkład w wyjaśnianie postrzegania przez Polaków ich miejsca i rozumienia transformacji w latach 90. wnosi pięciowymiarowy model świadomości społecznej, testowany przez Pisarkę od 1991 roku. Na podstawie danych z powyższej ankiety przeprowadzono analizę skupień (wskazań na słowa sztandarowe) oraz analizę czynnikową uwzględniającą pozostałe dane respondentów. Model wyjaśniający opisuje czynniki różnicujące świadomość Polaków wchodzących w drugie dziesięciolecie transformacji<sup>8</sup>. Stanowi on ważny głos w dyskusji nad polskimi podziałami społeczno-politycznymi w tym okresie.

Skrótowo rzecz ujmując, wskazania i hierarchizowanie słów sztandarowych przez respondentów (a zatem i stosunek do systemu wartości) uzasadniają twierdzenie, że polskie społeczeństwo w latach 90. ubiegłego wieku było podzielone wokół sześciu czynników: (1) wielostronnych zagrożeń i obaw (obawy przed zbyt silną władzą – *dyktaturą, cenzurą i ograniczeniami wolności, korupcją i zaktamaniem*); (2) uniwersalnych wartości podstawowych (*zdrowia, szczęśliwej rodziny, uczciwości, prawdy, sprawiedliwości i godnego życia*); (3) antylewicowej pobożności (oparty na *wartościach chrześcijańskich* sprzeciw wobec *lewicy, komunizmu i postkomunizmu*); (4) drapieżnej, rodzimej przedsiębiorczości (*przedsiębiorczość i walka, czasem poparte tradycją, patriotyzmem bądź państwem*); (5) kapitalizmu bez granic (*prywatyzacja, kapitalizm i sprzeciw wobec ojczyzny na rzecz globalizmu*) oraz (6) frustracji i załości (miejsce dla tych, którzy nie potrafią uciec przez zagrożeniami wskazanymi przez czynnik pierwszy) (Pisarek 2002).

7 Próba losowo-adresowa obejmowała reprezentatywną dla ogółu Polaków zbiorowość osób w wieku od 14 lat, w wylosowanych 813 „punktach terenowych” (591 miejscowościach), w których później wylosowano z bazy PESEL 6501 respondentów. Ostatecznie, po zważeniu próby ze względu na różnice między regionami, w badaniach uwzględniono 4873 osoby. Przedział ufności pomiaru dla  $\alpha = 0,05$  wyniósł plus/minus 1 proc. dla wskaźnika równego 10 proc. do 1,4 proc. dla wskaźnika równego 50 proc. Poza metodami taksonomicznymi w analizie statystycznej uwzględniono redukcję danych za pomocą analizy skupień (SAHN) oraz analizę czynnikową.

8 Każde słowo sztandarowe mogło reprezentować tylko jeden z zadanych sześciu czynników – ten, którym „jest najbardziej nasycone”. Liczbę czynników określono na podstawie wcześniejszej analizy bez limitu czynników. Korelacja wyborów słów wzbogacona wiedzą na temat bliskości ich wskazań (skupień) pozwoliła na przetestowanie hipotezy stabilności systemu słów sztandarowych w czasie, jak również inherentnej logiki ich wskazywania (decyzje respondentów co do wyboru, ale i odrzucania pewnych treści aksjologicznych okazały się modelowo uporządkowane, wręcz przewidywalne) (Pisarek 2002).

O tym, że opisywany model wyjaśniania zmiany świadomości społecznej na długo zachował swój walor eksplanacyjny, świadczy to, że większość powyższych kategorii nadal – w drugim dziesięcioleciu XXI wieku – odgrywa rolę czynników różnicujących polskie społeczeństwo. Do obaw przed silną władzą i ograniczeniami podstawowych wolności doszedł lęk przed zmianami kulturowymi w wyniku migracji, *zdrowie, rodzina, godne życie, sprawiedliwość* nadal wyznaczają najważniejsze cele i motywacje działań Polaków, *komunizm i kapitalizm* pozostają ważnymi, negatywnymi *kondemnandami*, a wszystko spina klamrą *bezpieczeństwo*, dla którego wielu z nas skłonnych jest wyrzec się części wolności i zalet płynących z otwarcia się na świat i innych. Obserwujemy też, jak lęki, „frustracje i zawiści” naszych czasów, narastające wokół zagrożeń typowych dla lat 90., jak również wokół zagrożeń nowych, spowodowanych m.in. przechodzącymi przez świat Zachodu kryzysami (kapitalizmu, integracji europejskiej, liberalnej demokracji etc.), stopniowo, acz konsekwentnie wpisywane są na sztandary populistycznych partii osiągających coraz większe sukcesy.

Innym aspektem godnym podkreślenia jest to, że zrekonstruowany przez Pisarkę model oraz prawidłowości wskazań na słowa i wyrażenia sztandarowe zbiega się z wynikami innych dużych badań prowadzonych w Polsce w latach 1990–2015<sup>9</sup>. Kluczową przesłanką jest w tym przypadku teza mówiąca o względnej trwałości i stabilności kluczowych wartości kulturowych (systemowo związanych z wartościami osobistymi). Poza „Diagnozą społeczną” świadczą o tym wyniki syntetycznych badań polskiej aksjofery opracowane na podstawie literatury aksjologicznej oraz empirycznych weryfikacji przez zespół Jerzego Bartmińskiego (Bartmiński 2014). Tutaj hierarchia kluczowych wartości przedstawia się następująco: *rodzina* (szczęście rodzinne, rodzinność), *praca, miłość, wiara* (religijna, religijność, wiara w Boga), *przyjaźń* (grono przyjaciół), *wolność, sprawiedliwość, prawda, tolerancja, uczciwość, patriotyzm, ojczyzna, godność, demokracja, zdrowie, odpowiedzialność/ współodpowiedzialność, dobro, honor, pieniądze, władza, solidarność, człowiek* (Bartmiński, Grzeszczak 2014, s. 33–38). Dla porównania: Michael Fleischer (1998, s. 308–337) w efekcie trzyetapowego badania ankietowego, reprezentatywnego dla grup studentów we Wrocławiu i Lublinie, ustalił listę „polskich symboli kolektywnych”, spośród których dziesięć pierwszych to: *miłość, przyjaźń, rodzina, kłamstwo, tolerancja, praca, bezrobocie, demokracja, uczciwość, wolność*.

Interesujące, że w przypadku rekonstrukcji językowych reprezentacji treści najgorszych, najbardziej ohydnych (*kondemnandów* – prawa kolumna tabeli nr 1) teza o systemowej trwałości i względnej kulturowej ponadczasowości zdaje się obowiązywać w nieco mniejszym stopniu. Być może wyjaśnieniem tego zjawiska jest wyraźne załamanie się hipotezy (Pisarek 2007a, s. 342 i nast.), oryginalnie odnoszącej się do większości aktów mowy, mającej zatem charakter uniwersalny. Życie pokazało, że w publicznej komunikacji, bez wątpienia pod dużym wpływem

9 Przykładowo pokazana przez autorów „Diagnozy społecznej” dynamika „wartości” (wskazywanych przez Polaków jako najważniejsze warunki udanego, szczęśliwego życia) w latach 1992–2015 wyraźnie potwierdza rolę większości czynników (Czapiński, Panek 2015).

komunikacji politycznej, *kondemnanda* stały się najbardziej funkcjonalną kategorią wyrażania treści i ocen. Temu należy zawdzięczać pewną dekompozycję słów sztandarowych o negatywnej wartości emocjonalnej. Niektóre *kondemnanda* z lat 90. nadal pozostają w mocy: *zakłamanie* (hipokryzja), *korupcja*, *dyktatura*, *aborcja*, *lustracja* (agent SB), *klerykalizm*, *lewica*, *kapitalizm* – choć politycy i zaangażowani politycznie dziennikarze robią wiele, by ich listę znacznie wzbogacić. Kontynuacja tego aspektu badań wydaje się szczególnie interesująca ze względu na powszechną tendencję wzrostu agresji językowej w komunikacji publicznej i sieciowej w Polsce XXI wieku, która wymaga opisu i wyjaśnienia za pomocą wszelkich dostępnych narzędzi. Warto więc pytać i badać, kto ze względu na jakie swoje cechy, w jakiej sytuacji społecznej, w imieniu jakiej ideologii czy ugrupowania wpisuje na swój sztandar słowa oznaczające *kondemnanda*. Jak w związku z tym zmienia się cały system *mirandów* i *kondemnandów* oraz jak wpływa to na system wartości kulturowych Polaków?<sup>10</sup>.

Model należy odczytywać w kontekście informacji na temat zachowań medialnych i politycznych respondentów – w pełnej postaci daje on wielowymiarowe narzędzie rozpoznania postaw, zachowań i motywacji Polaków w okresie przełomu. Wyczerpującym omówieniem badań słów sztandarowych z lat 90. jest syntetyczne opracowanie Walerego Pisarka z 2002 roku (Pisarek 2002). Zawiera ono szczegółową interpretację wszystkich aspektów analizy: wpływu czynników demo-społecznych na wskazania słów, dynamiki kształtowania się hierarchii słów w latach 90., różnic między publicznościami gazet, wpływu orientacji politycznej na wskazania, analizy semantycznej wybranych pól wyrazowych, analizy korelacji słów oraz zmiany świadomości społecznej Polaków.

### *Rozwój metody, jej kontynuatorzy*

Badania Pisarka nad słowami sztandarowymi są – w pewnych zakresach<sup>11</sup> – kontynuowane przez jego uczniów i następców. Paweł Płaneta, wychodząc z analizy słów sztandarowych w korpusach wybranych dzienników (*Gazety Wyborczej*, *Rzeczpospolitej*, *Trybuny* i mediów prawicowych) (Płaneta 2000), przeprowadził ważną z punktu widzenia kontynuacji metody analizę komunikacji politycznej – na przykładzie *exposé* polskich premierów (Płaneta 2009). Jego kolejne, bardziej zaawansowane badania poszły w stronę lingwistyki korpusu – komputerowo wspomaganej analizy zawartości, stosowanej w celu rekonstrukcji medialnego obrazu świata. Przedmiotem badań są w tym przypadku duże bądź specyficzne korpusy

<sup>10</sup> Taki cel miały analizy prowadzone w zespole Ośrodka, począwszy od lat 90. Chodziło o rekonstrukcję zbiorów i hierarchii słów i wyrażeń sztandarowych w wybranych grupach medialnej publiczności o wyraźnej orientacji ideowej (Grzybczak 2000; Płaneta 2000; Kołodziej 2000).

<sup>11</sup> Z czterech czynników, które fortunnie zbiegły się na przełomie lat 80. i 90., kiedy Walery Pisarek rozpoczynał swoje prace, w późniejszych latach został tylko ostatni – dynamiczne zmiany rzeczywistości w Polsce i Europie nieustająco wymagające pogłębionych badań.

tekstów, które poddaje się analizie statystycznej prowadzącej do rekonstrukcji list frekwencyjnych, słowoform/leksemów, badania siły związków międzywyrazowych (kolokacji i konkordancji), słów kluczowych, pól wyrazowych – i na tej podstawie statystycznej rekonstrukcji skupień i „map dyskursu”, które autor nazywa „mapami wiedzy”. Pod pewnymi względami komputerowa analiza zawartości pozostaje zbieżna z analizą słów sztandarowych – metody te łączy zaawansowane podejście statystyczne oraz pieczołowitość w traktowaniu jednostek leksykalnych jako podstawy analizy. Tak realizowana analiza zawartości skupia się głównie na zdobyciu wiedzy dotyczącej wybranego tekstu (korpusu) na podstawie jego zawartości, ma więc charakter prymarnie językoznawczy. Najobszerniejszy, imponujący przykładem tego podejścia reprezentuje komputerowa analiza zawartości *Zeszytów Prasoznawczych* z lat 1957–2012 (Filas 2016), zwieńczona rekonstrukcją intensywności, wyrazistości i spójności wybranych kategorii języka korpusu.

Wychowanek Walerego Pisarka Michał Bukowski, autor ważnego opracowania na temat komunikacji międzynarodowej (2015), również stosuje komputerowo wspomaganą analizę zawartości do opisu i taksonomii słów kluczy oraz rekonstrukcji wskaźników dyskursów: konfliktu, „Globalnej Północy”, „Globalnego Południa”, wojny z terrorem, jedności i stabilizacji, postkolonializmu oraz centrystycznego liberalizmu. Jego badania obejmują witryny 91 państw w 2006 r. i 66 w roku 2012, odwołując się do możliwości zaawansowanej analizy statystycznej.

Autor niniejszego artykułu również stara się w swoich analizach wykorzystywać metodę badania słów sztandarowych (Kołodziej 2011; 2013, s. 185–206; Kołodziej 2017, s. 63–89), przenosząc akcent z wiedzy o języku na systemy wartości – politycznych i europejskich, rekonstruowanych na podstawie ich reprezentacji w publicznej komunikacji. Badania porównawcze systemów *mirandów* i *kondemnantów* prowadzono w czasie kampanii wyborczych do Parlamentu Europejskiego w 2009 i 2014 roku, opierając ankietę na znacznie zmodyfikowanej liście słów i wyrażen sztandarowych z badań Pisarka. Celem badań było porównanie trzech perspektyw: świadomości społecznej – europejskich *mirandów* i *kondemnantów*, propagandy politycznej polskich partii oraz analizy werbalnych i pozawerbalnych nośników wartości w głównych wydaniach telewizyjnych wiadomości czterech nadawców w czasie obu kampanii.

Badania umożliwiły weryfikację zestawu polskich *mirandów* i *kondemnantów* na podstawie zbioru swobodnych deklaracji wartości i antywartości „europejskich”. Zebrane deklaracje (5190 wskazań w 2009 i 5220 w 2014 roku<sup>12</sup>) kategoryzowano na podstawie listy słów sztandarowych poszerzonej dzięki badaniom pilotażowym do 144 kategorii. Tabela nr 2 pokazuje wynikowe *miranda* z obu akcji badawczych.

<sup>12</sup> Reprezentatywną dla ogółu dorosłych Polaków akcją ankietową przeprowadzono we współpracy z CBOS na próbie 1038 osób (2009) oraz 1044 osób (2014). Sfinalizowanie badań było możliwe dzięki włączeniu projektu do VI Zintegrowanego Projektu Ramowego Komisji Europejskiej (Citizens and Governance in a Knowledge-Based Society – RECON, Reconstituting Democracy in Europe, CIT-4–028698, 2007–2011).

**Tabela 2. Wartości europejskie Polaków (*miranda*) przed wyborami do Parlamentu Europejskiego (20 pierwszych wskazań)**

Czerwiec 2009 (N = 1038, 5190 wskazań)			Czerwiec 2014 (1044 respondentów, 5220 wskazań)			
Miranda 2009	N	Zasięg (suma 5 odpowiedzi)	Miranda 2014	N	Zasięg (suma 5 odpowiedzi)	
1	swoboda podróży	261	25,10	swoboda podróży	240	23,00
2	praca	154	14,80	praca	150	14,30
3	wolność słowa	110	10,60	wspólny rynek	138	13,10
4	wolność	109	10,50	wolność	127	12,10
5	tolerancja	103	10,00	solidarność	124	11,90
6	wspólnota	96	9,20	bezpieczeństwo	123	11,80
7	demokracja	96	9,20	wspólnota	78	7,50
8	solidarność	82	7,90	satysfakcja materialna	75	7,00
9	równość	79	7,60	opieka społeczna	71	6,80
10	wspólny rynek	77	7,40	wiedza	62	5,80
11	satysfakcja materialna	70	6,70	wspólnotowe polityki	56	5,40
12	zgoda	67	6,50	tolerancja	52	5,00
13	bezpieczeństwo	60	5,70	zaufanie	48	4,60
14	wolność wyznania	59	5,70	równość praw	48	4,60
15	uczciwość	54	5,20	równość w ogóle	47	4,50
16	kultura	50	4,80	wolność słowa	46	4,40
17	normy wspólnotowe	50	4,80	wspólna waluta	45	4,30
18	wiedza	46	4,50	zgoda	39	3,70
19	równość praw	43	4,10	równość materialna	34	3,30
20	wspólna waluta	38	3,70	demokracja	31	3,00

Źródło: opracowanie własne

Poszerzenie pierwotnego zbioru kategorii o słowa sztandarowe potencjalnie ważne ze względu na nowe zjawiska oraz specyficzny, europejski kontekst procesów społecznych i politycznych umożliwiło zebranie szczegółowych informacji, jak również sformułowanie hipotez na temat dynamiki wartości kształtujących postawy Polaków wobec fundamentalnych zmian zachodzących w drugim dziesięcioleciu XXI wieku. Kierunek zmian potwierdza intuicyjną wiedzę, sugerującą m.in. wzrost wartości *bezpieczeństwa* (osobistego, ale i socjalnego), *solidarności*,

wspólnotowości i satysfakcji materialnej, oraz spadek wagi demokracji, wolności słowa czy tolerancji. Zasadniczo potwierdziła się nadrzędna hipoteza stabilności systemu aksjologicznego (wartości kulturowych) Polaków, ale również względna zgodność hierarchii wartości uznawanych przez instytucje badawcze UE za ważne (Standard Eurobarometer 77 2012; Europeans in 2014; Public Opinion in the European Union 2015) z tym, co myśli na ten temat większość Polaków.

Poza analizą dynamiki i treści aksjologicznej zmiany w Polsce, badania głównie miały odpowiedzieć na odwieczne prasoznawcze pytanie o siłę i wzajemny wpływ trzech poszczególnych ogniw: mediów – polityków – publiczności. Z pełną pokorą dla naukowej wiedzy na temat skomplikowanych badań wpływu mediów na ludzi, zbadano korelację między trzema zbiorami słów sztanदारowych z 2009 roku: hierarchią ogółu Polaków, hierarchią zrekonstruowaną na podstawie propagandy partii politycznych w czasie kampanii oraz hierarchią telewizyjnych wiadomości czterech nadawców w tym samym okresie<sup>13</sup>. Syntetycznym obrazem uzyskanych wyników są dwustronne korelacje pokazane w tabeli 3.

**Tabela 3.** Korelacja rangowa między hierarchiami wartości (*mirandami*) Polaków, polityków i ich reprezentacjami w telewizyjnych wiadomościach (gwiazdka wskazuje na korelację istotną dla  $p = 0,001$ )

Korelacja rang Spearmana		Ogół Polaków	Politycy	Wiadomości TV
Ogół Polaków	współczynnik korelacji	1,000	+0,383*	-0,120
	zależność dwustronna	-	0,000	+0,242
	N	96	96	96
Politycy	współczynnik korelacji	+0,383*	1,000	-0,269*
	zależność dwustronna	0,000	-	+0,008
	N	96	96	96
Wiadomości TV	współczynnik korelacji	-0,120	-0,269*	1,000
	zależność dwustronna	+0,242	+0,008	-
	N	96	96	96

Korelacja istotna dla  $p = 0,01$  (gwiazdka)

Źródło: opracowanie własne

Powyższe wyniki wnoszą dwie hipotezy zasługujące na dalsze analizy, uwzględniające różnice między poszczególnymi partiami oraz zróżnicowanie demo-społeczne „podmiotów wartości”. Na ogólnym planie można powiedzieć, że istnieje istotna zbieżność między hierarchią społecznych *mirandów* a hierarchią wartości propagandowych partii politycznych<sup>14</sup>. Korelacja propagandy i społecznej hierarchii wartości świadczy o cechującej polityków zdolności przystosowania swojego

<sup>13</sup> Szczegółowe analizy i interpretacje zawierają opracowania autora niniejszego tekstu (Kołodziej 2011, 2017).

<sup>14</sup> Kategorię „wartości propagandowe” uzasadnia to, że podstawą analizy były korpusy słów sztanदारowych zebranych w czasie 14-dniowej kampanii wyborczej, na którą składały się wyłącznie przekazy przygotowane przez komitety wyborcze partii w ramach audycji w mediach publicznych.



przekazu do społecznych oczekiwań (hipoteza dobrego marketingu politycznego) albo po prostu o uleganiu sporej części odbiorców propagandzie (hipoteza podatności na polityczną perswazję). Zapewne jest tak, że ów wpływ ma charakter dwustronny. Trzeci podmiot komunikujący pewien system wartości – media informacyjne<sup>15</sup>, z poprawką na uproszczenia wynikające z syntetycznego, metonimicznego ujęcia mediów jako pojedynczego bytu, wydają się aksjologiczne niezwiązane z pozostałymi. Aksjologiczna treść przekazu wiadomości telewizyjnych w czasie kampanii w 2009 roku była nie tylko niezbieżna z hierarchią wartości społecznych i propagandowych, lecz co więcej, okazała się znacząco negatywnie z nimi skorelowana. Wynik ten może zastanawiać, sugerując dwie hipotezy. Pierwsza, pozytywna, mówi o względnej autonomiczności mediów informacyjnych – dziennikarze i redakcje informacyjne konstruują obraz politycznego świata według własnych, profesjonalnych skal i hierarchii, niewspółmiernych zarówno z priorytetami propagandy, jak i społecznego odczuwania wartości. Natomiast druga, mająca charakter negatywny, traktuje o budowania przez media komercyjnej atrakcyjności przekazu informacyjnego zgodnie z formułą inforozrywki opartej na sensacji i wysokich emocjach<sup>16</sup>.

## Bibliografia

- Anusiewicz J., Dąbrowska A., Fleischer M. (2000). Językowy obraz świata. *Język a Kultura, Acta Universitatis Wratislaviensis*, nr 13.
- Bartmiński J. (2007). Językowe podstawy obrazu świata. Lublin.
- Bartmiński J. (2014). Polskie wartości w europejskiej aksjosferze. W: S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, S. Wasiuta (wyb. i red.). Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne. Lublin.
- Bartmiński J. (2016). Słowa klucze, kulturemy, koncepty kulturowe. *Przegląd Humanistyczny*, nr 3.
- Bartmiński J. (red.) (2006). Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych. Lublin.
- Bartmiński J., Grzeszczak M. (2014). Jak rekonstruować kanon wartości narodowych i europejskich? *Etnolingwistyka*, nr 21.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S. (2009). *Tekstologia*. Warszawa.
- Bralczyk J. (2009). *Świat przez słowa*. Warszawa.
- Bukowski M. (2015). *Słowa klucze w rządowej komunikacji politycznej. Perspektywa międzynarodowa*. Kraków.
- Czachur W. (2011). Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji. *Tekst i Dyskurs*, nr 4.
- Czapiński J., Panek T. (red.) (2015). *Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Diekmann W. (1975). *Sprache in der Politik. Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache*. Heidelberg.

<sup>15</sup> W badaniach uwzględniono 14 głównych wydań dzienników: TVP1, TVN, Polsatu i TV Trwam w czasie dwu tygodni przed wyborami do PE w 2009 roku.

<sup>16</sup> Bardziej szczegółowa analiza daje asumpt do poparcia tej ostatniej hipotezy (Kołodziej 2011, s. 415).

- Duszek A., Kowalski G. (red.) (2013). Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu. Kraków.
- Elzenberg H. (1986). Motywacja etyczna (wartość w religii i kulturze). *Studia Filozoficzne*, nr 12.
- Europeans in 2014 (2014). Special Eurobarometer – report 415, wave 81.2. Bruxelles: European Commission, TNS Opinion & Social.
- Filas R. (2002). Charakterystyka badań terenowych i narzędzi badawczych. W: W. Pisarek. Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność. Kraków.
- Filas R. (2016). *Zeszyty Prasoznawcze* a Ośrodek Badań Prasoznawczych (OBP) – małżeństwo niemal doskonałe. W: M. Kawka, R. Filas, P. Płaneta (red.). *Zeszyty Prasoznawcze. Analiza zawartości (1957–2012). Metody, tematy, autorzy*. Kraków.
- Fleischer M. (1996). System polskich symboli kolektywnych. Wyniki badań empirycznych. Wrocław.
- Fleischer M. (1998). Współczesna polska symbolika kolektywna (wyniki badań empirycznych). W: J. Anusiewicz, J. Bartmiński (red.). *Język a Kultura*, nr 12: Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne. Wrocław.
- Grzegorek K. (2013). Językowe symbole polityczne. Próba definicji. *LingVaria*, nr 16.
- Grzeszczak M. (2015). Pojęcie demokracji i jego profilowanie w polskim i niemieckim dyskursie publicznym (1989–2009). Lublin.
- Grzybczak J. (2000). Słowa sztandarowe w opiniach czytelników wybranych dzienników oraz słuchaczy Radia Maryja. Raport niepublikowany. Kraków: Archiwum OBP UJ.
- Kaempferd M. (1990). Das Schlagwörterbuch. W: F.J. Hausmann et. al. (eds.). *Wörterbücher. Ein internationales Jandbuch zur Lexikographie*, 2. Berlin–New York.
- Klein J. (2014). Grundlagen der Politolinguistik: Ausgewählte Aufsätze. *Sprach-wissenschaft*, Nr. 23.
- Kołodziej J.H. (2000). Słowa sztandarowe polskiej prawicy katolickiej. Raport niepublikowany. Kraków: Archiwum OBP UJ.
- Kołodziej J.H. (2011). Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie. Kraków.
- Kołodziej J.H. (2013). Wartości polityczne – problem badawczy dla politologa. W: B. Krauz-Mozer, P. Ścigaj (red.). *Podjęcia badawcze i metodologie w nauce o polityce*. Kraków.
- Kołodziej J.H. (2017). Enclaving of European Community and the Aftermath of Perea Mundus. The Dynamics of European Values in Polish Society. *Politické vedy / Political Sciences*, no. 4, vol. 20.
- Krasicki I. (1957). O krakowskim Ośrodku Badań Prasoznawczych, *Biuletyn Prasoznawczy*, nr 1 (luty).
- Krzyszowski T. (1984). Wstęp. W: G. Lakoff, M. Johnson. *Metafory w naszym życiu*, przeł. T. Krzyszowski. Warszawa.
- Łaziński M. (2016). Słowa klucze polskiego dyskursu publicznego. Słowa dnia i słowa roku. *Przeгляд Humanistyczny*, nr 3.
- Marcjanik M. (2016). Demokratyzacja obyczajów – słowo kluczowe współczesnej kultury polskiej? *Przeгляд Humanistyczny*, nr 3.
- Molas J. (2007). Problemy opisu konfrontatywnego pojęć społeczno-politycznych. W: S. Dubisz, J. Porayski-Pomsta, E. Sekowska (red.). *Lingwistyka a polityka. Słownik pojęć politycznych i społecznych krajów Europy Środkowej i Wschodniej*. Warszawa.
- Nagórko A., Łaziński M., Burkhardt H. (2004). Dystynktywny słownik synonimów. Kraków.
- Niehr T. (2002). Kampf um Wörter? Sprachthematizierungen als strategische Argumente im politischen Meinungsstreit. W: O. Panagl, H. Stürmer (Hrsg.). *Politische Konzepte und verbale Strategien. Brisante Wörter – Begriffsfelder – Sprachbilder*. Frankfurt/M.
- Niehr T. (2007). „Schlagwort”. W: G. Ueding (Hrsg.). *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Tübingen.

- Niehr T. (2013). Politolinguistik – Diskurslinguistik. Gemeinsame Perspektiven und Anwendungsbezüge. W: K.S. Roth, C. Spiegel (Hrsg.). *Angewandte Diskurslinguistik. Felder, Probleme, Perspektiven*. Berlin.
- Niehr T. (2014). *Einführung in die Politolinguistik*. Goettingen–Bristol.
- Ossowski S. (1967). Konflikty niewspółmiernych skal wartości. W: S. Ossowski. *Dzieła, III. Z zagadnień psychologii społecznej*. Warszawa.
- Pisarek W. (1989). Inauguracja Okrągłego Stołu jako akt medialnej komunikacji politycznej. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 4.
- Pisarek W. (1992a). Współczesne słowa sztandarowe w Polsce i ich publiczność. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2.
- Pisarek W. (1992b). Pięciodymiarowy model świadomości społecznej. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2.
- Pisarek W. (1994). Słyszac wyraz wolność. *Rocznik Naukowo-Dydaktyczny WSP w Krakowie*, nr 168, *Prace Językoznawcze VIII*.
- Pisarek W. (1999). Polskie słowa sztandarowe na tle porównawczym. W: *Studia lingwistyczne ofiarowane profesorowi Kazimierzowi Polańskiemu na 70-lecie jego urodzin*. Katowice.
- Pisarek W. (2001). Słownik wyrazów ważnych na tle innych słowników. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4.
- Pisarek W. (2002). Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność. Kraków.
- Pisarek W. (2007a). Pollyanna pisze do prasy. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.). *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków.
- Pisarek W. (2007b). Szkic wstępu do politolingwistyki. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.). *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków.
- Pisarek W. (2016). Słowa ważne i ważniejsze. *Przegląd Humanistyczny*, nr 3.
- Planeta P. (2000). Słowa sztandarowe w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” na tle „Trybuny” i mediów prawicowych. Miranda i Kondemnanda. Raport niepublikowany. Kraków: Archiwum OBP.
- Planeta P. (2009) Słowa sztandarowe w exposé polskich premierów 1987–2007. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2.
- Planeta P. (2014). Sfera publiczna w przemówieniach programowych premierów III RP w latach 1989–2012. *Zarządzanie Publiczne*, nr 1.
- Public Opinion in the European Union – report (2015). Standard Eurobarometer 84, wave 84.3, Autumn. Bruxelles: European Commission, TNS Opinion & Social.
- Puzynina J. (1992). *Język wartości*. Warszawa.
- Rak M. (2017). Kulturemy – nowa perspektywa badań etnolingwistycznych. *Tekst i Dyskurs*, nr 10.
- Siwek H. (1984). Nastawienie Polaków wobec rzeczywistości społecznej. Raport z badań ankietowych, listopad. Kraków: Archiwum OBP UJ.
- Skowronek B. (2015). Badania nad językiem w mediach po 1989 roku. *Język Polski*, nr 1–2.
- Standard Eurobarometer 77 (2012). The Values of Europeans – report. Spring. Bruxelles: European Commission, TNS Opinion & Social.
- Turner V. (2006). Las symboli. Aspekty rytuałów u ludu Ndembu, przeł. A. Szyjewski. Kraków.
- Wierzbicka A. (2006). Semantyka. Jednostki elementarne i uniwersalne. Lublin.
- Wierzbicka A. (2007). Słowa kluczowe. Różne języki, różne kultury, przeł. I. Duraj-Nowosielska. Seria: A. Mencwel (red.). „Communicare. Historia i kultura”. Warszawa.
- Wolter B. (2000). *Deutsche Schagwörter. Zur Zeit des Dreißigjährigen Krieges*. Frankfurt/M.

- Wróblewski R. (2006). Hasła konstytutywne tekstów politycznych z lat 1989–1995. W: I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zasko-Zielińska (red.). *Oblicza komunikacji I. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*. Kraków.
- Wyka K. (1973). Słowa-klucze. W: E. Miodońska-Brooks, A. Kulawik, M. Tatara (red.). *Stylistyka polska. Wybór tekstów*. Warszawa.
- Zemsał P. (2014). Wartościowanie uniwersalne i ideologiczne – pojęcia i rola ideologemu na przykładzie wybranych nominacji dotyczących Stalina w sowieckim dyskursie ideologicznym. *Etnolingwistyka*, nr 26.
- Zimny R., Nowak P. (2009). *Słownik polszczyzny politycznej po 1989 roku*. Warszawa.

## STRESZCZENIE

Artykuł omawia genezę, właściwości i rozwój metody badania słów i wyrażeń sztandarowych, podkreślając zasługi jej twórcy – Walerego Pisarka – oraz rolę czynników kontekstowych (w tym zwłaszcza doświadczeń i zasług Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie). Twórca metody był zwolennikiem rozwijania politolingwistyki, relatywnie nowej w Polsce subdyscypliny wiedzy badającej związki między rzeczywistością pozajęzykową (polityką) a odmianą języka opisującego politykę i stosowanego przez polityków. Pracując nad metodą badań, Pisarek łączył ogólne założenia politolingwistyki z założeniami aksjologii, wkomponowując wszystko w wyznaczniki empirycznego prasoznawstwa. Tym samym metoda badania słów i wyrażeń sztandarowych łączy możliwości poznawcze semantyki, lingwistyki, analizy słów kluczowych i socjologii, umożliwiając diagnozę dynamiki świadomości społecznej na podstawie empirycznie badanego nastawienia do treści wybranych słów sztandarowych: pozytywnych *mirandów* i negatywnych *kondemnandów*. Poza opisem założeń metodologicznych tekst zawiera również omówienie największej ogólnopolskiej akcji badań słów i wyrażeń sztandarowych Polaków, przeprowadzanych w latach 1990–1999 przez Walerego Pisarka i zespół OBP. Jego ostatnia część dotyczy kontynuacji badań Profesora i głównych ścieżek rozwoju metody wytyczanych przez uczniów Walerego Pisarka.

**Słowa kluczowe:** Walery Pisarek, słowa i wyrażenia sztandarowe, słowa kluczowe, Ośrodek Badań Prasoznawczych