

TOMASZ GOBAN-KLAS

UPADEK RETORYKI, WZLOT ERYSTYKI, CZYLI PIĘKNA TEORIA I NIECNE PRAKTYKI

„Nieszczęsny dar wolności”
Józef Tischner (1997)

Polityka dzisiaj przestała być sceną kultury, na której odgrywany jest spektakl sporu odmiennych wizji przyszłości, publicznego dyskursu wartości, stała się rynkiem, na którym trwa przetarg doraźnych interesów, spektakl chwilowych koalicji, rynkiem, na którym dominuje konkurencja oparta o retorykę agresji.

Jerzy Chłopecki (2007, s. 288)

Dialog to wzajemna prezentacja zarówno swych tożsamości, jak i racji, interesów i celów na płaszczyźnie wzajemnego przekonywania. *Plus ratio quam vis* [„Niech przewodzi nie siła, lecz słuszość”] – głosi dewiza Uniwersytetu Jagiellońskiego. Tak jak siła ma swoje oręża, tak słuszość ma swoje – należą do niej formy rzetelnego rozumowania i skutecznego przekonywania, wzmocnione wiarygodnością. *Etos, patos i logos* – to trzy niezbędne składniki międzyludzkiego dialogu. Ale i one potrzebują swoich nośników – werbalnych i niewerbalnych, a od narodzin księgi – także księgi świętej – wymagają mediów technicznych (książki – czy to rękopiśmiennej, czy drukowanej) oraz organizacji społecznej (w tym religijnej) je przekazujących.

Dialog współcześnie to szczytna funkcja mediów jako platformy społecznego, politycznego, kulturowego komunikowania się jednostek, grup, organizacji, partii, krajów i narodów, a nawet ludzkości. Jego podstawą – a właściwie

Prof. dr hab. TOMASZ GOBAN-KLAS – Katedra Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie; adres do korespondencji: ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów; e-mail: usgoban@cyfronet.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0777-6963>.

piękną teorią – jest habermasowska koncepcja działania komunikacyjnego; zachodzi ono wtedy, „kiedy uczestnicy koordynują plany działania nie przez egocentryczną kalkulację (szans) sukcesu, lecz przez akty dochodzenia do porozumienia” (Habermas, 1999, s. 161). W działaniu komunikacyjnym uczestnicy zmierzają do osiągnięcia własnych celów, pod warunkiem że mogą swoje plany działania wzajemnie zestroić na gruncie wspólnych definicji sytuacji.

W tym działaniu można i należy odwoływać się do zasad i reguł starożytnej retoryki, mimo jej ostrej krytyki przez Platona, zwolennika dialektyki i sokratejskiego kierowanego dialogu. W klasycznym ujęciu arystotelesowskim retoryka nie jest sztuką populistycznego podchlebiania się słuchaczom czy przekonywaniem *per fas et nefas*, lecz doborem etycznych, emocjonalnych, a nade wszystko rozumowych (sylogizm!) środków obrony wysuniętych racji. Stanowi zatem podstawę wypowiedzi w sprawach publicznych do zebranych na agorze obywateli, a także debat i dialogów między nimi. Na jej bazie powstała tak specyficzna forma retoryki, jak „debata oksfordzka” – oparta na szczegółowych regułach odnośnie do czasu i formy dyskusowania, dbająca o wysoką kulturę prowadzenia sporu. Zadaniem jest dyskusja nad podaną tezę. Zakazane jest ośmieszanie względnie znieważanie czy pomawianie mówców strony przeciwnej.

Przeciwieństwem debaty oksfordzkiej jest praktyka erystyczna – sztuka doprowadzania sporów do korzystnego rozwiązania bez względu na prawdę materialną. Jest prowadzona bez reguł, dopuszczająca wszelkie możliwe chwytów pseudoretoryczne, w tym ułomne sylogizmy, dyskredytacje, ironie, aluzje itp. Zestawienie aż 32 podstawowych forteli zawiera znana, i – co znamienne – wielokrotnie wznawiana w Polsce dziewiętnastowieczna prze-wrotna książeczka *Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów* Artura Schopenhauera (1893). Naturę „erystyki” ujawnia jej grecka etymologia – *eristikós*, czyli kłótniwy, pochodzi od słowa od *éris* oznaczającego kłótnię, spór, walkę, będącego też imieniem bogini niezgody, córki Nocy, towarzyszką Aresa na polu bitwy, która jest uosobieniem waśni, niezgody i kłótni (Grimal, 1990, s. 71).

Dla każdego odbiorcy współczesnych mediów jest oczywiste, jaka forma dialogu i przekonywania – retoryczna czy erystyczna – przeważa (Legutko, 2009, s. 7). Widoczne to jest na całej scenie publicznej – w mediach masowych, w tym tzw. publicznych, oraz w starciach na sali sejmowej, na obradach samorządów, ale zwłaszcza w debatach czy rozmowach telewizyjnych kanałów informacyjnych. Znana komentatorka polityczna, Janina Paradowska, z tygodnika „Polityka”, przed laty ostro oceniła jedną z debat przedwyborczych do Parlamentu Europejskiego w TVP: „Nie da się posadzić dziesięciu osób przy jednym stole, kiedy nie bardzo wiadomo, o co chodzi, i jeszcze wszyscy

wrzeszczeli potwornie, wszystkim przerywali. Siła głosu. – W tej kategorii wygrali zdecydowanie Janusz Korwin-Mikke i Tadeusz Cymański. Uprzejmość dla pań. – Tu wygrali wszyscy panowie, którzy zakrzykiwali dwie będące w studiu panie, Różę Thun i Barbarę Nowacką. Bezzadność. – W tej kategorii wygrał prowadzący Krzysztof Ziemięć, który kompletnie nie panował nad tym, co się działo w studiu” (Lepczyński, 2014). Na koniec Paradowska zapelowała do prezesa telewizji, by nie organizował więcej takich debat. Oczywiście na próżno.

Sytuację także komentowała przy innej okazji Anna Dryjańska – socjolożka i inicjatorka akcji „Media bez kobiet”:

Decyzja, jakich gości zapraszać, należy rzecz jasna do dziennikarzy i dziennikarek, tak samo jak do gości należy decyzja, czy zaakceptować zaproszenie, czy nie. Natomiast bardzo ważne jest przygotowanie merytoryczne i warsztat dziennikarski, dzięki któremu nie pozwoli się gościowi na „porwanie” audycji. Niestety, to w Polsce kuleje. Media stają się trybuną dla wygłaszania skandalicznych, nienawistnych i dyskryminujących słów, np. o tym, że kobiety lubią być gwałcone. Nie spotyka się to, niestety, z adekwatną reakcją prowadzących – stwierdziła.

Zdaniem Anny Dryjańskiej jest to kwestia podstawowych zasad, które obowiązują w dyskursie publicznym. – Jeśli dziennikarze skuszeni słupkami oglądalności i zarobkami dla stacji zapraszają osoby, które do tych zasad się nie stosują, to nie ma się co dziwić, że debata publiczna wygląda tak, jak wygląda. Zapraszanie do studia osób, które są agresywne i plotą, co im ślina na język przyniesie, ma tę zaletę, że wystarczy wpuścić je do studia i program robi się sam, dziennikarze nie muszą się do niego przygotowywać” – komentowała, dodając: „W mediach przetrwają najgłośniejsi. Od dłuższego czasu obserwuje się organizowanie tzw. rozmów na zasadzie «walki w kisielu». Audycja polega na tym, że dwie osoby się przekrzykują i widzę nic z tego nie rozumiem. – Problemem jest zarówno wygoda dziennikarzy, jak i presja oglądalności ze strony właścicieli stacji. Widzę też deficyty w merytorycznym przygotowaniu dziennikarzy. Zapraszają tzw. kontrowersyjne osoby, ale nie potrafią skonfrontować tego, co mówią, z rzeczywistością, zadać konkretnych pytań, docisnąć. W niektórych programach prowadzący pełnią już wyłącznie funkcję dekoracyjną, są jak paprotki. To zatrważające, bo tym samym media bez przeszkód zalewa dyskurs śmieciowy, w którym nie liczą się fakty, a przetrwają najgłośniejsi” (Beczek, 2014).

Niestety, opisana przez Dryjańską praktyka oznacza destrukcję sceny publicznej, jej – utworzę tu neologizm – „erystyfikację”. Najczęstszy chwyt erystyczny to *argumentum ad hominem* – degradacja dyskutanta oparta na jego cechach, pochodzeniu itp., zatem fałsz dowodzony jest przez kojarzenie z czymś uznanym za kompromitujące. To wariant *reductio ad absurdum*, a właściwie

redukcja debaty do zwykłej kłótni. Oznacza w istocie odrzucenie dialogu, dla Platona – zaprzeczenie dialektyki, którą stawiał nawet wyżej niż retorykę.

Aktualizacją analizy Schopenhauera jest współcześnie, żartobliwe, „prawo Godwina” albo „zasada nazistowskich analogii”, której poprzednikiem było wprowadzenie w 1951 roku przez filozofa Leo Straussa odmiany erystycznego argumentu *ad hominem* – *reductio ad Hitlerum*, nazwane także „użyciem karty nazistowskiej” (czasami nazywane) *playing the Nazi card*). Taka taktyka dysputy ma zdezorientować i rozgniewać dyskutanta, zamącić porządek debaty. *Argumentum ad Hitlerum* wynika ze spostrzeżenia Mike’a Godwina w 1990 roku odnośnie do Internetu, iż: „As an online discussion grows longer, the probability of a comparison involving Nazis or Hitler approaches” („W miarę jak rozwija się dyskusja w Internecie, niezależnie od jej tematu, prawdopodobieństwo odwołania się do porównania, w którym występuje nazizm bądź Hitler, dąży do pewności”). W 2012 roku „Godwin’s law” jako hasło wprowadził *Oxford English Dictionary*, uznając go za nadal obowiązujące.

Oto przykłady przyzywania różnych osób w porównaniu do Hitlera, w tym takie opinie, jak „Adolf Hitler, like Barack Obama, ruled by dictate. [...] The Obama health care logo is damn close to a Nazi swastika logo” (tak głosił znany prawicowy radiowy komentator Rush Limbaugh w swojej audycji). Z kolei Fidel Castro, w mowie 1 maja 2003 roku, także przywołał widmo Hitlera: „Today the so-called dissidents, actually mercenaries on the payroll of the Bush’s Hitler-like government, are betraying not only their homeland, but all of humanity as well” (McGlynn, 2011).

W przypadku aneksji Krymu w 2014 roku przez Rosję wielu zachodnich polityków, urzędników, ekspertów odwoływało się porównania Putina do poczynąń Hitlera. Wśród nich byli: Zbigniew Brzeziński, Hillary Clinton, opozycjoniści: Micheil Saakaszwili, Garry Kasparov, a także publicyści, np. George Will (Blake, 2014). W odwecie rosyjska agencja RIA Novosti replikowała: „Każda obiektywna, wykształcona osoba, może dostrzec w wystąpieniach Baracka Obamy niemal dosłowne cytaty z liderów i propagandystów Trzeciej Rzeczy, także z Adolfa Hitlera” (TVN, 2016).

Również lider Forza Italia, premier Silvio Berlusconi, o byłym komiku Beppe Grillo i jego najbliższym współpracowniku, współzałożycielu Ruchu Pięciu Gwiazd, Gianroberto Casaleggio, powiedział: „Oni są jak Hitler, Stalin i Pol Pot. Chcą zniszczyć wszystko i wszystkich”. Na to słynny komik, a potem także polityk, Beppe Grillo, specjalizujący się w długich, wygłaszanych z wielką pasją monologach, na wiecu w Turynie powiedział: „Mówią, że jestem Hitlerem. Ale ja nie jestem Hitlerem, ja jestem ponad Hitlerem” (PAP, 2014).

Przebieg polemiki, w której używa się *argumentum ad Hitlerum*, można określić jako regułę „większego młotka”. Gdy oponent powie coś mocnego, odpowiadamy mocniejszym słowem, a on wzmacnia swą artykulację zarówno siłą głosu, jak i mocą słowa, i tak się toczy „debata”, w której każdy sięga po coraz mocniejsze środki wyrazu. W skrajnych, ale coraz częstszych przypadkach, po wyczerpaniu słownych zniewag, bywa, że parlamentarzyści korzystają ze swych pięści.

W Polsce odpowiednikiem *argumentum ad Hitlerum* jest przypisanie oponentowi stosowania technik propagandy goebbelsowskiej, a zatem *argumentum ad Goebbelsum*. Notabene, wskazanie, że oponent stosuje metody goebbelsowskie, paradoksalnie samo jest goebbelsowskie, jako że ów nazistowski mistrz propagandy zalecał: „Propaganda musi etykietować wydarzenia i ludzi wyrażnymi określeniami i sloganami” (por. Doob, 1950).

Jednak nie tylko propaganda, także czynią to dzisiejsze „tabloidalne” media.

Termin „tabloid” jest w Polsce używany od niedawna, choć samo zjawisko jest znane i opisane od dawna. Występuje pod nazwami „prasa sensacyjna” czy wręcz „brukowa”. W Polsce międzywojennej była też nazywana „czerwoniakową”, nie od lewicowej linii politycznej (w istocie była ona raczej prawicowa), ale od koloru wielkich nagłówków na pierwszej stronie gazety. Okrzyk redaktora wydania „Dajcie krew na pierwszą stronę” wyrażał podstawowy kierunek selekcji i ekspozycji wiadomości – morderstwa, gwałty, niewinne ofiary.

Prasowy tabloid jest owocem kapitalistycznego rynku prasowego: powstał jako efekt synergii różnych czynników – unowocześnienia technologii wytwarzania gazety (skład i druk maszynowy) pozwalających na masową i szybką produkcję oraz kolorowe fotografie, wykorzystania nowych mediów (telegraf, telefon) do przekazywania przez dziennikarza wiadomości i gotowych tekstów do redakcji, utowarowienia informacji (agencje prasowe), silnej konkurencji i walki o nabywcę oraz reklamodawców (rywalizacja ta dotyczyła szybkości dotarcia do źródła wiadomości, jej przetworzenia i kolportażu, „ekskluzywności” informacji, atrakcyjności tematu i sposobu jego wykorzystania). W ten sposób formował się model dziennikarstwa ukierunkowanego na rynek (*market-driven journalism*), zapewniającego finansowy sukces konkretnej instytucji medialnej (Goban-Klas, 2012, s. 39-40).

Wypełnianie łam gazet, stron internetowych, minut programów radiowych i telewizyjnych ma długą tradycję. Wskazówki dla redaktorów „Washington Times” z 1900 r. udzielone im przez słynnego magnata prasowego, Williama Randolpha Hearsta, są kwintesencją nowego wówczas stylu tabloidalnego dziennikarstwa:

Czytelnik jest zainteresowany przede wszystkim wydarzeniami, które zawierają elementy jego własnej, prymitywnej natury. Należą do nich:

- 1) czynnik samozachowawczy;
- 2) miłość i rozmnażanie się;
- 3) żądza i ambicja.

Wiadomości, które zawierają jeden z tych elementów, są dobre. Jeśli zawierają dwa, są lepsze; jednakże te, które zawierają wszystkie trzy, stanowią materiał informacyjny „first class”.

Czynnik samozachowawczy odgrywa rolę we wszystkich opowieściach o mordzie, samobójstwie, nieszczęśliwych wypadkach i bijatykach, ale także w informacjach na temat zdrowia, wyżywienia i problemu alkoholu. Do tematu „Miłość i rozmnażanie się” należy zaliczyć: powieści o małżeństwach, skandale seksualne, rozwody, trójkąty małżeńskie, romantyczne historie niezwykłych czynów z pobudek miłosnych, dramaty zazdrości, słowem wszystko, co seksualnie interesujące. [...] Odrzucamy wszelkie wiadomości, które nie zawierają żadnego z tych trzech elementów. Pomijamy wszystkie rzeczy, które są tylko ważne, ale nie są interesujące (Honigmann, 1974, s. 317).

Z kolei francuski socjolog, Pierre Bourdieu, w rozprawie *O telewizji*, zgryźliwie, ale sprawiedliwie, pisał o stabloidyzowanej (nie używając wszakże takiego określenia) masowej telewizji: „W telewizji nie da się powiedzieć niczego ważnego. Nie tylko dlatego, że w programach publicystycznych i informacyjnych trzeba mówić bardzo krótko, a pytania dziennikarzy są zazwyczaj mało sensowne. Przede wszystkim telewizja stawia na informacje dla wszystkich, czyli takie, które wszystkich interesują, ale są tak skonstruowane, że nie dotyczą żadnej istotnej kwestii. W efekcie pozbawiamy ludzi informacji istotnych, które powinien posiadać każdy obywatel po to, by realizować swoje demokratyczne prawa. Obejmuje to sporą część społeczeństwa, bo tylko mniejszość czerpie wiedzę o rzeczywistości z poważniejszych mediów” (Bourdieu, 2009).

Lech Rubisz także dostrzega wzlot erystyki politycznej jako środek kierowania uwagą społeczną:

Dlaczego polityka najczęściej bywa widowiskiem, a media najczęściej (najchętniej) przedstawiają ją jako widowisko? Jak w przypadku każdego fenomenu, nie ma tu jednej jednoznacznej odpowiedzi, co oczywiście nie zwalnia nas z jej poszukiwań czy tym bardziej nie unieważnia samego pytania. Gdy chodzi o dotyczącą polityki pierwszą część pytania, to pewne tropy odnajdujemy w znaczenia takich pojęć, jak antypolityka i postpolityka. Pierwsze z nich dotyczy zjawiska przesunięcia środka ciężkości w polityce ze sporu nastawionego na rozwiązywanie istotnych problemów zbiorowości i formułowanie perspektywy jej rozwoju na spór, którego celem jest pokonanie przeciwnika politycznego. Klasa polityczna, nie będąc w stanie lub nie chcąc rozwiązywać

owych rzeczywistych problemów, absorbuje uwagę opinii publicznej widowiskowym, ale jednak zastępczym konfliktem światopoglądowym (Rubisz, 2009).

Obok politycznej kłótni, żonglowania argumentami, a raczej pseudoargumentami, mamy także zalew tzw. teorii spiskowych, fake newsów, a już szczególnie wiadomości niekonieczne fałszywych, ale tak nieistotnych, że w głowach odbiorców tworzą swoisty „bigos informacyjny”, czyli zebranie kawałków niepowiązanych informacji.

Krzysztof Stanowski, popularny dziennikarz i założyciel portalu Wieszlo.pl, napisał 8 stycznia 2013 roku zgryźliwie-gorzki satyryczny felieton o zawartości mediów tzw. informacyjnych i wiedzy ich odbiorców. Przytaczam dłuższy fragment jego tekstu:

*Ogłupiali mnie długo i – o zgrozo – skutecznie. Jestem idiotą!*¹

Głupieję z każdym dniem. [...] Wczoraj sobie uświadomiłem, że na skutek odbieranych informacji staję się zwykłym, zaściankowym tumanem – i mniemam, że nie tylko ja. Doszedłem do takiego przykrego wniosku, oglądając jakąś migawkę na temat sytuacji w Izraelu. Alarmująca myśl – nie wiem, kto jest premierem Izraela, czyli nie wiem, kto za moment będzie mógł wcisnąć magiczny czerwony przycisk i zapoczątkować sporą jatkę. Kiedyś wiedziałem, teraz nie. Mogę sprawdzić, ale to już nie to samo. [...] Oczywiście, w dużej mierze wynika to z moich zaniedbań, mojego lenistwa, moich błędów przy selekcjonowaniu źródeł informacji.

Wiem, że Anna Mucha jeździ mercedesem, a nie wiem, kto rządzi Izraelem.
Wiem, że Doda rozstała się z chłopakiem, a nie wiem, kto rządzi Izraelem.
Wiem, że Włodarczyk jest z Krawczykiem, a nie wiem, kto rządzi Izraelem.
Wiem, że matka Madzi tańczyła na rurze, a nie wiem, kto rządzi Izraelem [...].

Jestem idiotą.

Wiem, że Ewa Farna tyje, ale nie wiem, kto rządzi Chinami.
Wiem, że nowy iPhone jest dłuższy niż stary, a nie wiem, kto rządzi Chinami.
Wiem, że Depardieu został obywatelem Rosji, a nie wiem, kto rządzi Chinami.
Wiem, jak wygląda Marta Grycan, a nie wiem, kto rządzi Chinami [...].

To długa lista. Nie wiem też, kto rządzi Brazylią, Indiami, Iranem czy Australią, nie wymienię pięciu amerykańskich aktywnych polityków. [...] Za dziesięć lat nie wiedzieć będziemy, co to Bliski Wschód, a za trzydzieści – dlaczego ma być III Wojna Światowa i kiedy były poprzednie dwie?

¹ W etymologicznym sensie zapożyczenie z greckiego; „idiōtēs” – człowiek prywatny, zajęty swoimi własnymi sprawami, nieuczestniczący w życiu publicznym, wieśniak, prostak (gr. przymiotnik „idios” znaczy: swój własny, osobny, prywatny).

Mam pretensje do mediów, bo wydaje mi się, że szkołę ukończyłem jako osoba o trochę większej wiedzy o świecie. Odkąd zdałem się na zawodowych dziennikarzy, by mi tę wiedzę dostarczali, odtąd idiocieję. Moim zdaniem dzisiaj przeciętny Polak prawie nic nie wie o Polsce i ZUPEŁNIE NIC o świecie. Poważne tematy nakrywane są telewizyjną papką z gówna i gówno na sam koniec w mojej (waszej?) głowie zostaje.

Nie wierzę jednak w teorie spiskowe. Nie wierzę, że ktoś idiotę robi ze mnie celowo [...].

Po prostu teraz już nie umiem sobie poradzić bez Wikipedii. Jak padną jej serwery, zostanę półgłówkiem z załącznikiem wiedzy na temat władz w Polskim Stronnictwie Ludowym czy w innej niepotrzebnej do niczego partii, z olbrzymią wiedzą na temat cycków w show-biznesie i rozwodów wśród aktorów, ale za to bez podstawowych informacji na temat świata.

Kiedyś leciałem do Korei, tam panowała epidemia SARS. Franek Smuda powiedział mi wówczas, tak z dobrego serca: – Uważaj, żebyś tylko nie przywiózł tego... no... esemesa!

Już mnie to nie śmieszy. Mam zatruty mózg. Będę taki sam (stan [Krzysztof Stanisławski] 2013).

Czy jednak nie ma ratunku? Pomocna w jego szukaniu może być anegdota księdza profesora Leona Dyczewskiego:

Do mądrego Sokratesa przybiegł ktoś wzburzony i rzekł: „Posłuchaj, Sokratesie, tego, co ci chcę powiedzieć jako twój przyjaciel...”. „Stój, zaczekaj – przerwał mędrzec. – Czyś przesiał to, co mi chcesz powiedzieć, przez trzy sita?” „Jakie to sita?” – zapytał przybyły ze zdziwieniem.

„Tak, drogi przyjacielu, przez trzy sita! Zobaczmy, czy to, co zamierzasz oznajmić, przejdzie przez te trzy sita. Pierwszym sitem jest prawda. Czy sprawdziłeś, czy to, co chcesz mi powiedzieć, jest prawdą?” „Nie, tego nie sprawdziłem, ja tylko słyszałem i...”.

„A więc tak. W takim razie może sprawdziłeś to sitem dobroci? Skoro nie wiadomo, czy to prawda, może jest to przynajmniej dobre?” Rozmówca stwierdził, ociągając się: „Nie mogę powiedzieć, aby to było dobre, przeciwnie”.

„Hm, hm! – przerwał mu mędrzec. – Skoro tak, to zastosujemy trzecie sito: czy uważasz za konieczne powiedzieć mi o czymś, co ciebie samego tak podnieca?” „Nie, nie uważam tego za konieczne...”. „W takim razie – uśmiechnął się mędrzec – skoro to, co chcesz mi opowiedzieć, nie jest ani prawdziwe, ani dobre, ani konieczne, zapomnij o tym i nie obciążaj samego siebie ani mnie takimi rzeczami”.

Ilu nieprawdziwymi, niedobrymi i niepotrzebnymi sprawami obciążamy siebie, a nieraz też innych... (Dyczewski, 2009, s. 6).

Ta anegdota znakomicie koresponduje ze wskazaniem abp. Johna Patricka Foley'a, przewodniczącego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego

Przekazu, wydanymi 4 czerwca 2000 roku na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Jubileusz Dziennikarzy. Oto jego fragmenty:

Sposób, w jaki ludzie korzystają ze środków społecznego przekazu, może być źródłem wielkiego dobra i wielkiego zła. Aczkolwiek mówi się zwykle – i my sami będziemy często tak mówić w niniejszym dokumencie – że media „postępują” tak albo inaczej, to jednak nie są one ślepyimi siłami natury, wymykającymi się ludzkiej kontroli. Chociaż bowiem przekaz społeczny wywołuje często niezamierzone skutki, to sami ludzie decydują, czy używać mediów dla celów dobrych czy złych, w dobry czy zły sposób.

Decyzje te, mające zasadnicze znaczenie z etycznego punktu widzenia, podejmowane są nie tylko przez odbiorców przekazu – widzów, słuchaczy, czytelników – ale zwłaszcza przez tych, którzy sprawują kontrolę nad narzędziami społecznego przekazu, kształtując ich struktury, zasady działania i treści. Należą do tej grupy urzędnicy publiczni i dyrektorzy przedsiębiorstw, członkowie rad zarządzających, właściciele, wydawcy i kierownicy stacji nadawczych, redaktorzy, osoby odpowiedzialne za programy informacyjne, producenci, autorzy tekstów, korespondenci i inni. Ze szczególną ostrością staje przed nimi problem etyczny: czy media są wykorzystywane w dobrym czy w złym celu? [...].

Media mogą być także wykorzystywane w taki sposób, że paraliżują wspólnotę i szkodzą integralnemu dobru ludzi. Czynią to, gdy prowadzą do wyobcowania ludzi, spychają ich na margines życia społecznego i izolują; gdy wciągają ich w szkodliwe wspólnoty, skupione wokół fałszywych, destrukcyjnych wartości; gdy rozniecają wrogość i kontakty, demonizując innych i kształtując mentalność opartą na przeciwstawieniu „my” i „oni”; gdy ukazują w pozytywnym świetle to, co niegodzliwe i degradujące, natomiast ignorują lub umniejszają to, co doskonali i uszlachetnia; gdy rozpowszechniają informacje bałamutne i fałszywe, skupiając uwagę na sprawach nieważnych i banalnych. Tworzenie stereotypów – opartych na rasie, narodowości, płci, wieku i innych czynnikach, w tym także religii – jest praktyką niepokojąco powszechną w mediach [...].

Przekaz społeczny może łączyć ludzi w społeczności związane nicią sympatii czy wspólnych zainteresowań. Czy społeczności te będą oparte na sprawiedliwości, uczciwości i poszanowaniu praw człowieka? Czy będą służyły wspólnemu dobru? Czy też będą egoistyczne i zapatrzone w siebie, zabiegając jedynie o korzyść określonych grup – ekonomicznych, rasowych, politycznych, nawet religijnych – kosztem innych? Czy nowe technologie będą służyły wszystkim krajom i narodom, szanując tradycje kulturowe każdego z nich, czy też będą narzędziem bogacenia bogatych i umacniania możnych? Musimy wybrać.

Środków przekazu można też używać po to, aby dzielić i izolować. W coraz większym stopniu technika pozwala ludziom tworzyć zestawy informacji i usług przeznaczone wyłącznie dla nich samych. Wiążą się z tym realne korzyści, ale powstaje

też nieuniknione pytanie: czy w przyszłości publiczność będzie zbiorem wielu publiczności złożonych z pojedynczych ludzi? Nowa technika może umacniać autonomię jednostki, ale prowadzi też do innych, mniej pożądaných konsekwencji. Czy przyszła „sieć”, zamiast być globalną wspólnotą, stanie się ogromną, rozdrobnioną zbiorowością odosobnionych jednostek – ludzkich owadów zamkniętych w swoich kokonach – które wymieniają informacje zamiast porozumiewać się z sobą nawzajem? W takim świecie cóż stanie się z solidarnością, co stanie się z miłością? (Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, 2000).

Współcześnie w encyklice papieża Franciszka *Laudato si'* znalazły się krótkie, ale nadzwyczaj ważne i głębokie uwagi o niezbędnej korekcie rozwoju mediów, które – dodajmy – są w wielu swych formach elementem zaśmiecania świata w jego kulturowym wymiarze.

Dołącza się do tego dynamika mediów i świata cyfrowego, gdy staje się wszechobecna, nie sprzyjając rozwojowi zdolności do mądrego życia, głębokiego myślenia, wielkodusznego miłowania. Wielkim mędrcom przeszłości groziłoby w tym kontekście, że będą świadkami, jak ich mądrość jest przytłumiana pośród rozpraszającego zgiełku informacyjnego. Konieczny jest wysiłek, aby środki te stały się bodźcem do nowego rozwoju kulturalnego ludzkości, a nie degradacją jej najgłębszego bogactwa. Prawdziwej mądrości, owocu refleksji, dialogu i wielkodusznego spotkania między ludźmi, nie osiąga się jedynie na drodze gromadzenia danych, prowadzącego do przesytu i zamętu w swego rodzaju skażeniu umysłowym (Franciszek, 2015).

Jakże radośnie przyjąłby te słowa encykliki ksiądz profesor Leon Dyczewski. Reszta niechaj będzie milczeniem... i zaduma.

BIBLIOGRAFIA

- Beczek W. (2014), „Śmieciowy dyskurs, bylejakość dziennikarstwa i walki w kisielu”. Czy Olejnik była bezbronna w starciu z Korwin-Mikkem?, gazeta.pl, <https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,15997522,smieciowy-dyskurs-bylejakosc-dziennikarstwa-i-walki-w-kisielu.html>
- Blake A. (2014), *All of these people have compared Vladimir Putin to Hitler*, <http://www.washingtonpost.com/blogs/the-fix/wp/2014/03/05/all-of-these-people-have-compared-vladimir-putin-to-hitler/>
- Bourdieu P. (2009), *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Szanderska, A. Ziółkowska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chłopecki J. (2007), *Miejsca i ludzie. Esej częściowo osobisty*, [w:] A. Rozmus (red.), *Poza barierą czasu i przestrzeni*, Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, s. 277-289.
- Doob L.W. (1950), *Goebbels' principles of propaganda*, *Public Opinion Quarterly*, nr 3(14), s. 419-442.
- Dyczewski L. (2009), *Jaka informacja?*, Lublin: Wydawnictwo KUL.

- Franciszek (2015), *Encyklika Laudato si' Ojca Świętego Franciszka poświęcona trosce o wspólny dom*, https://www.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si_pl.pdf.
- Goban-Klas T. (2012), *Media i dziennikarstwo w społeczeństwie spektaklu*, Przyszłość. Świat – Europa – Polska, nr 1, s. 27-44.
- Grimal P. (1990), *Słownik mitologii greckiej i rzymskiej*, Wrocław: Ossolineum.
- Habermas J. (1999), *Teoria działania komunikacyjnego. Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Honigmann G. (1974), *William Randolph Hearst, czyli dzieje pewnego skandalisty*, tłum. D. Borkowska, Warszawa: Książka i Wiedza.
- Legutko P. (2009), *Sztuka debaty, czyli jak się nie dać*, Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Lepczyński K. (2014), *Paradowska o debacie wyborczej w TVP: Wszyscy wrzeszczeli, prowadzący bezradny. Więcej tego nie róbmy*, gazeta.pl, https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,15963694,Paradowska_o_debacie_wyborczej_w_TVP__Wszyscy_wrzeszczeli_.html
- McGlynn K. (2011), *11 people who have unfairly been compared to Hitler*, http://www.huffingtonpost.com/2010/06/10/wtf-people-who-have-unfairly_n_606810.html#s98556title=Jesus_Christ_
- PAP (2014), *Włochy: Hitler i Stalin w kampanii przed wyborami do PE*, <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/wlochy-hitler-i-stalin-w-kampanii-przed-wyborami-do-pe/kem56>
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu (2000), *Etyka w środkach społecznego przekazu*, <http://mediadlaewangelii.pl/content.php?ContentId=36>.
- Rubisz L. (2009), *Polityka jako widowisko*, [w:] M. Kolczyński i in. (red.), *Mediatyzacja polityki*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 108-114.
- Schopenhauer A. (1893), *Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów*, tłum. J. Lorentowicz, Warszawa: Nakładem Księgarni Teodora Paprockiego i S-ki.
- stan [Krzysztof Stanowski] (2013), *Oglupiali mnie długo i – o zgrozo – skutecznie. Jestem idiotą!*, [weszlo.com, https://weszlo.com/2013/01/04/oglupiali-mnie-dlugo-i-o-zgrozo-skutecznie-jestem-idiota/](https://weszlo.com/2013/01/04/oglupiali-mnie-dlugo-i-o-zgrozo-skutecznie-jestem-idiota/)
- Tischner J. (1997), *Nieszcześnie dar wolności*, Kraków: Znak.
- TVN (2016), *Stoi na czele Sądu Konstytucyjnego, porównał Obamę do Hitlera*, <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/barack-obama-siega-do-nazistowskiej-propagandy-zorkin,645440.html>

UPADEK RETORYKI, WZLOT ERYSTYKI, CZYLI PIĘKNA TEORIA I NIECNE PRAKTYKI

Streszczenie

Współczesna scena polityczna, w tym zwłaszcza debata publiczna, jest zdominowana przez wzory erystyczne, a więc walki *per fas et nefas* – wszelkimi środkami perswazyjnymi, nie tylko bez względu na etykę, poszanowanie godności, lecz także adekwatność argumentów. Jakkolwiek klasyczna retoryka też nie jest uznawana przez wszystkich (wzorem Platona) za najlepszy środek dochodzenia do prawdy (tu bowiem dialektykę i metodę dialogową, sokratejską uznaje się za właściwszą), to jednak retoryka opiera się na rzetelnych argumentach, choć nie stroni od patosu, a więc i emocji. Media społecznościowe nie polepszają, ale pogarszają jakość debaty publicznej, a z kolei stale wzbierający zalew informacji medialnych, mało istotnych, nie wspominając już o wręcz fałszywych, nie formuje świadomego odbiorcy, ale politycznego ignoranta. Książd profesor Leon

Dyczewski swoją działalnością naukową i dydaktyczną w dziedzinie mediów i dziennikarstwa krytykował ten nurt degradacji mediów, sfery publicznej i dziennikarstwa jeszcze w czasach, gdy był on nie dominujący, lecz podrzędny, a właściwie marginalny. Obecnie jego prace tym bardziej zasługują na pamięć i kontynuację zarówno jako forma *in memoriam*, jak i twórcza i aktualizująca kontynuacja.

Słowa kluczowe: erystyka; retoryka; media współczesne; sfera publiczna.

THE FALL OF RHETORIC, THE RISE OF ERISTICS, THAT IS, BEAUTIFUL THEORY AND EVIL PRACTICES

Summary

The contemporary political scene, especially the public debate, is dominated by eristic forms of argumentation, i.e., verbal fights *per fas et nefas*—by any persuasive means, not only regardless of ethics and respect for dignity of adversary, but also regardless of the adequacy of arguments. Although classical rhetoric is not considered by everyone (following Plato's example) as the best means of achieving the truth (here the Socratic dialectic and dialogic method are considered more appropriate), the effective and honest rhetoric is based on reliable arguments, although it does not avoid pathos, and therefore emotions. Social media do not improve, but worsen the quality of public debate, and in turn, the constantly increasing flood of insignificant, not to mention even false media information, does not form a conscious citizen, but a political ignorant. Father Professor Leon Dyczewski, with his life-long scientific and didactic activity in the field of media and journalism, criticized this trend of degradation of the media, the public sphere and journalism, even at a time when it was not dominant, but inferior, or rather marginal. Especially now, his works deserve all the more remembrance and continuation not only as a form *in memoriam*, but also in the form of a creative and updating continuation.

Keywords: eristics; rhetoric; contemporary media; public sphere.