

UNIWERSYTET ŚLĄSKI
WYDZIAŁ HUMANISTYCZNY

Jagoda Overbeek

***Odbiór społeczny zaprojektowanych praktyk dyskursywnych.
Przypadek policyjnej kampanii Nie reagujesz-akceptujesz***

Rozprawa doktorska
napisana pod kierunkiem
prof. dr hab. Iwony Loewe

Katowice 2023

Spis treści

Wstęp	5
Rozdział I	
Lingwistyka dyskursu.....	8
1.1. Stylistyka dyskursu według Bożeny Witosz.....	10
1.2. Lingwistyka dyskursu według Ingo Warnkego i JürgenaSpitzmüllera.....	11
Rozdział II	
Założenia metodologiczne.....	13
2.1. Hipotezy.....	14
2.2. Obiekt dyscypliny – dyskurs.....	14
2.3. Dyskurs w koncepcji Michela Foucaulta.....	22
2.4. Praktyki dyskursywne.....	23
2.5. Rodzaje dyskursów.....	25
2.5.1. Dyskurs instytucjonalny.....	29
2.5.2. Dyskurs urzędowy.....	31
2.5.3. Dyskurs publiczny.....	32
2.5.4. Dyskurs medialny.....	36
2.5.5. Dyskurs o bezpieczeństwie.....	38
2.5.6. Dyskurs autoprezentacyjny i autopromocyjny.....	41
Rozdział III	
Metody dyscypliny.....	44
Rozdział IV	
Charakterystyka materiału badawczego.....	50
Rozdział V	
Dyskurs policyjny.....	55
5.1. Policja.....	55
5.2. Charakterystyka dyskursu policyjnego.....	62
5.3. Gatunki w dyskursie policyjnym.....	66
5.4. Aktorzy dyskursu.....	68
5.4.1. Oficerowie prasowi Policji.....	71

5.4.2. Sprawcy przestępstw i wykroczeń.....	72
5.4.3. Członkowie społeczności.....	73
5.4.4. Elity społeczne.....	76
5.5. Podmiot dyskursu policyjnego.....	77
5.6. Definicja dyskursu policyjnego	78
Rozdział VI	
Kampania społeczna Policji Nie reagujesz – akceptujesz- faktografia.....	80
Rozdział VII	
Analizy materiału.....	90
7.1. Gatunki prasowe.....	90
7.1.1. Aspekt pragmatyczny.....	90
Osoba.....	91
Zgłaszający.....	92
Obywatel.....	92
Świadek.....	94
Anna Z.....	94
Etnonimy	95
Pani Anna.....	97
Matka/ojciec.....	98
7.1.2. Aspekt stylistyczny.....	104
Apele.....	105
Argumenty.....	108
Oceny.....	111
Interpretacje.....	115
7.2. Gatunki etykietalne.....	122
7.2.1. Role nadawcy – pochlebca.....	123
7.2.2. Role nadawcy – ekspert.....	127
7.2.3. Nazwy określające nadawcę.....	128
7.3. Analiza multimodalna.....	131
7.3.1. Plakat.....	133
7.3.2. Awatar.....	143
7.3.3. Logo.....	146

7.3.4. Fotografie.....	149
7.3.5. Spoty reklamowe.....	156
Rozdział VIII	
Obecność kampanii Nie reagujesz – akceptujesz w mediach oraz jej społeczny odbiór.....	184
8.1. Obecność kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” w mediach od 21 września 2011 do 31 grudnia 2022.....	186
8.1.1. Obecność kampanii w Dzienniku Zachodnim 21 września 2011 – 31 grudnia 2022 na podstawie monitoringu archiwalnego Instytutu Monitorowania Mediów	188
8.1.2. Obecność kampanii w nowych mediach i mediach społecznościowych.....	194
8.1.3. Obecność kampanii w mediach w 2022 roku na podstawie monitoringu archiwalnego Instytutu Monitorowania Mediów.....	195
8.2. Społeczny odbiór kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”.....	199
8.3. Dyskursywny obraz kampanii.....	204
Wnioski	206
Bibliografia.....	209
Netografia.....	219
Spis fotografii.....	221
Spis tabel.....	224
Spis wykresów.....	224
Spis ilustracji.....	226
Źródła.....	227

Wstęp

*„(...) skoro jesteście społeczeństwem,
ludźmi, którzy żyją obok siebie, to powinniśmy reagować
choćby krzyczeć.
Jeśli nie mogę odciągnąć napastnika, to powinnam krzyczeć „Ratunku! Pomocy”
A tutaj stoją w milczeniu bierni i się przyglądają(...)”*

Iwona Romanowska – matka¹

Zacytowane słowa to apel kobiety i matki, Iwony Romanowskiej, której syn został brutalnie zamordowany przez swoich rówieśników na początku marca 2023 roku. Do tego dramatycznego wydarzenia doszło w biały dzień, w centrum Zamościa. Wydarzeniem tym żyła cała Polska i chyba każdy zadawał sobie pytanie: *dlaczego?* Polemika na temat tego, co się stało, nie ograniczyła się jednak tylko do samej zbrodni, ale do braku reakcji przechodniów, gapiów, świadków na to zdarzenie. Spośród dziesiątek wypowiedzi i setek, jeśli nie tysięcy komentarzy, największe znaczenie mają przytoczone na wstępie słowa matki: *„powinniśmy reagować”*. Zdaje się, że z takiego samego założenia wychodzą śląscy policjanci, którzy nieprzerwanie już od 12 lat prowadzą policyjną kampanię „Nie reagujesz – akceptujesz”, która jest swoistym apelem do społeczeństwa, aby reagować i nie akceptować przypadków naruszenia prawa w najbliższym otoczeniu. To właśnie ta policyjna akcja jest przedmiotem niniejszej rozprawy doktorskiej, a dokładnie społeczny odbiór jej zaprojektowanych dyskursywnych praktyk. Celem naukowym, jakiemu zamierzam sprostać, jest rozpoznanie i opis strategii i praktyk dyskursywnych wykorzystanych w kampanii, jej obecność w mediach, nowych mediach i nowych nowych mediach oraz jej społeczny odbiór. Chodzi więc o ukazanie działań śląskich policjantów, którzy w ramach prowadzonego przedsięwzięcia podejmują próbę uwrażliwienie mieszkańców Śląska na przypadki łamania prawa w ich najbliższym otoczeniu, a także przekonania do reagowania na nie, na brak ich akceptacji, a także informowania Policji o ich wystąpieniu. Za cel w tej rozprawie postawiłam sobie także wypełnienia luki w refleksji lingwistycznej nad perspektywą dyskursu policyjnego, a także jego zdefiniowanie, czego dotychczas w polskim językoznawstwie nie uczyniono. Podejmę się tej próby w oparciu o założeniach definicji *dyskursu* proponowanej między innymi przez Teuna

¹ <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/zabojstwo-16-letniego-eryka-za-takie-czyny-powinna-byc-kara-smierci/knyv5bj> wypowiedz z 03.03.2023 „Śmiertelne pobicie 16-latka z Zamościa. Są zatrzymani” dostęp 17.05.2023

van Dijka. Zamierzeniem tej rozprawy jest także zwiększenie rozmiaru ogólnej wiedzy o dyskursie policyjnym, któremu dotychczas nie poświęcono zbyt wiele uwagi. Praca jest usytuowana w lingwistycznym nurcie badawczym i będzie próbą prezentacji pewnych zagadnień związanych z użyciem języka w podejmowanej tutaj kategorii. Stawiam sobie za cel określenie i ewaluację działań strategicznych i operacyjnych, jakie zostały przyjęte w kampanii, a także zbadanie, jakie strategie komunikacyjne (pisemne, wizualne, werbalne i dźwiękowe) zostały wykorzystane, aby osiągnąć założenia tego przedsięwzięcia. Perspektywę badawczą pracy stanowi lingwistyka dyskursu jako dyscyplina metodologicznie najobszerniejsza. Działania badawcze w dysertacji zostaną przedstawione w oparciu o narzędzia ujęte w stylistyce dyskursu Bożeny Witosz, a także lingwistyce dyskursu według Ingo Warnkego i Jürgena Spitzmüllera. Jeśli zaś chodzi o metodę badawczą, to wybrana została ta kategoria, które pozwoli na dynamiczny opis znaczeń i sensów w dyskursie policyjnym, a więc dyskursywny obraz świata. Przywołane narzędzie badawcze zostanie dodatkowo uzupełnione podstawami lingwistycznej analizy dyskursu Siegfrieda Jägera. Do analiz zgromadzonego w pracy materiału badawczego wykorzystam dodatkowo elementy perswazji językowej według Olgi Wolińskiej.

Materiał badawczy w niniejszej rozprawie stanowi **1766** komunikatów prasowych, które za Iwoną Loewe określam mianem *mediotekstów*. Teksty te pochodzą ze stron internetowych komend miejskich i powiatowych śląskiej Policji. Na potrzeby badawcze z wyekscerpowanego materiału utworzyłam korpus. Dodatkowo analizie poddam dwa spoty reklamowe przedsięwzięcia oraz jego plakat, które postrzegam jako wartościowo poznawcze. W celu zbadania odbioru i obecności kampanii w mediach, nowych mediach oraz nowych mediach skorzystam z monitoringu archiwalnego przygotowanego dla mnie przez Instytut Monitorowania Mediów. Posłużę się także wyszukiwarką korpusową Monco.PL. Kompleksowe opracowanie dyskursywne kampanii zostanie przeprowadzone w oparciu o multimodalną analizę tekstu oraz analizę dyskursu. W celu zrealizowania efektów badawczych zastosuję analizę pragmatyczną, stylistyczną, ikoniczną oraz multimodalną. Procedury te mogą dać podstawy do wyłonienia dyskursywnego obrazu kampanii oraz fragmentu dyskursywnego obrazu Policji. Analiza materiału zostanie oparta na interpretacjach jakościowych oraz ilościowych.

Na część teoretyczną rozprawy przypadło pięć rozdziałów, które poświęcone zostały przybliżeniu i wyjaśnieniu dotychczasowej wiedzy teoretycznej dotyczącej podejmowanych

w pracy zagadnień. Część empiryczna została zawarta w rozdziałach VI, VII oraz VIII i będzie służyła przede wszystkim zweryfikowaniu postawionych w pracy hipotez.

Rozdział I

Lingwistyka dyskursu

Waldemar Czachur zakłada, iż lingwistyka dyskursu to: „dyscyplina integrująca i projektująca, co przejawia się w spajaniu różnych perspektyw teoretycznych, metodologicznych i metodycznych w projektowaniu swojego przedmiotu badań, celu poznawczego i procedury badawczej”.² Tłem dla tak zakreślonego przez Czachura zakresu dyscypliny są poglądy Siegfrieda Jägera, Bożeny Witosz, Jürgena Spitzmüllera oraz Ingo Warnkego. W związku z kategorią dyskursu warto w wyimkach przedstawić też stanowisko Michaela Foucaulta.

Celem lingwistyki dyskursu według Martina Reisigla i Ingo Warnkego jest „tekstowa, korpusowa i zorientowana na wiedzę forma analizy wypowiedzi w kontekście transtekstualnych zjawisk językowych, lingwistyczna analiza zdarzeń komunikacyjnych wykraczających poza granice poszczególnych tekstów, rozmów lub językowych wzorców działania”.³ Sięgnijmy do definicji lingwistyki dyskursu, którą proponuje Bendel Larcher: „lingwistyczna analiza dyskursu wykorzystuje głównie metody lingwistyki tekstu i analizy konwersacji, ale przyświecają jej inne cele poznawcze. Nie dąży ona do uzyskania wglądu w sposób funkcjonowania języka ani w strukturę tekstów, lecz do wypowiedzania się na temat społeczeństwa, które te teksty wytwarza i jednocześnie jest przez nie kształtowane”.⁴ Ujęcie to zostaje poddane krytyce przez Czachura, który zarzuca badaczce „pominięcie refleksji nad użyciem języka, a także zredukowanie celów poznawczych lingwistyki do analizy aspektów komunikacyjno-społecznych”.⁵ Autor docenia jednak wyeksponowanie przez Bendel Larcher kulturowo – społecznego wymiaru analizy dyskursu. Wobec czego przyjmuje, iż: „lingwistyka dyskursu jako teoretyczno – językowy i analityczny program badawczy postrzega swój cel poznawczy przede wszystkim w analizie kształtujących się w dyskursie relacji między użyciem języka, zbiorowymi systemami przekonań i procesami selekcji wiedzy a kulturą, pytając przy

² Czachur W. (2022): Czy jest lingwistyka dyskursu? <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21957> dostęp 01.04.2023, s. 81

³ Reisigl M., Warnke I. H. (2013): Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Deskription, Präskription und Kritik – Eine Einleitung, W: Ulrike H. Meinhof, Martin Reisigl, Ingo H. Warnke (Hrsg.), Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Deskription und Kritik, Berlin, s. 7

⁴ Bendel Larcher S. (2015): Linguistische Diskursanalyse. Ein Lehr- und Arbeitsbuch, Tübingen. Bendel Larcher, s.11

⁵ Czachur W. (2020): Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy, Wrocław, s. 216

tym, w jaki sposób językowe perspektywizacje tworzą podzielane przez społeczeństwo znaczenia, a przez to modelują określone obrazy rzeczywistości”.⁶ Czachur zwraca uwagę, iż w obszarze opracowywania swojego podmiotu badań, ta lingwistyczna subdyscyplina konsoliduje „różne perspektywy teoretyczne, metodologiczne i metodyczne”, a odbywa się to „w duchu koncepcji programów badawczych Imre Lakatosa (1995), w których twarde rdzeniem są teorie dyskursu Michela Foucaulta i założenia lingwistyki poststrukturalistycznej”.

Jak pisze Czachur, pasmem ochronnym lingwistyki dyskursu są „lingwistyczne kategorie badawcze: słowo, wypowiedź, tekst, strategia komunikacyjna, praktyka językowa czy multimodalna, jak również cały warsztat metodycznych integrowanych subdyscyplin językoznawczych”.⁷ Badacz stawia tę dziedzinę „w centrum siatki powiązań z innymi programami badawczymi tj. genealogia lingwistyczna, lingwistyka kulturowa, lingwistyka mediów, lingwistyka korpusowa, pragmalingwistyka czy socjolingwistyka, podkreślając, iż ich współpraca ma polegać nie na hierarchicznym, lecz integrującym i interakcyjnym układzie”.⁸ Lingwistyka dyskursu to samodzielna subdyscyplina, której celem jest przedstawienie wybranych zjawisk społeczno – językowych. Opis ten może przyczynić się do rozwiązywania problemów społecznych, przez ukierunkowanie się tej dziedziny na dynamiczne interakcje zachodzące między społecznymi praktykami komunikacyjnymi, a dyskursywnie ukształtowanymi wzorcami użycia języka. Działania podejmowane w jej ramach w odniesieniu do samego dyskursu determinowane są przez tekst, zdarzenie, wiedzę i władzę, na co uwagę zwracają Warnke, Gardt i Czachur pisząc: „dyskursy jako społeczne systemy wiedzy i myślenia stanowią tematycznie spójną transtekstualną strukturę, którą cechuje tekstowość, zdarzeniowość, wiedza i władza”.⁹ Kończąc teoretyczno – metodologiczną syntezę lingwistyki dyskursu, można z powodzeniem powiedzieć, iż w centrum jej programu badawczego znajdują się najróżniejsze teorie dyskursu.

⁶ Tamże, s.216

⁷ Czachur W. (2022): Czy jest lingwistyka dyskursu? s. 91, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21957> dostęp 01.04.2023,

⁸ Tamże,

⁹ Por. O Warnke O., Ingo H. (2007): *Diskurslinguistik nach Foucault Theorie und Gegenstände*. Berlin/New York; Gardt A. (2007): *Diskursanalyse – Aktueller theoretischer Ort und methodische Möglichkeiten*. W: Warnke, Ingo (ed.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände*. Berlin/New York, Czachur W. (2010): *Niemiecka lingwistyka dyskursu*. W: *Stylistyka XIX* - <https://czasopisma.uni.opole.pl/index.php/s/article/view/3582> dostęp 15.04.2023

1.1. Stylistyka dyskursu według Bożeny Witosz

Bożena Witosz to prekursorka wyrażenia stylistyka dyskursu w językoznawstwie polonistycznym. Badaczka w monografii *Dyskurs i stylistyka* (i w późniejszych pracach) umieściła kategorię dyskursu w ramach dyscypliny lingwistycznej jaką jest stylistyka. Witosz pisze: „Moim zamierzeniem jest przede wszystkim zwrócić uwagę na nowe aspekty badań stylistycznych, które w szczególny sposób oświetla kategoria dyskursu, rozważana w prezentowanym przeze mnie projekcie jako pojęcie teoretyczne, jak i określona metoda analizy zjawisk tekstowych.(...)Jest(...)dość powodów, by próbować spojrzeć na dokonania najnowszej stylistyki z szerszej perspektywy”.¹⁰ Co się tyczy modelowania dyskursu, to zakłada się w nim „w pierwszej kolejności typizowanie sytuacji komunikacyjnych, w jakich dane zdarzenie zachodzi”.¹¹ W tak utworzonej kombinacji Witosz postrzega dyskurs jako „kategorię modelującą zachowania społeczne i komunikacyjne, co oznacza, że z każdego tekstu możemy wyprowadzić reguły dyskursu”.¹² Dyskurs dla badaczki jest typem praktyki społecznej pozbawionej autonomiczności, a także „kategorią nieciągłą i otwartą, w której znajdują miejsce splatające się zjawiska regularne i przypadkowe, ów splot decyduje o dynamiczności dyskursów, które w danym czasie i miejscu mogą się przenikać, zwalczać, wykluczać”.¹³ Witosz, przypomina, iż „dyskurs jest kategorią o charakterze ponadgatunkowym, czyli w jego przestrzeni będą mieściły się nie tylko rodziny gatunków, lecz także różnogatunkowe zespoły, niekoniecznie charakterystyczne dla danego dyskursu”.¹⁴ Poglądy autorki są bardzo bliskie poglądom Foucaulta, zwłaszcza w odniesieniu do roli podmiotów, rozumianych nie tylko jako nadawca w interakcji, ale też odbiorca. Wkomponowanie tego drugiego w podmiotowy charakter wypowiedzi, a tym samym uczynienie z niego głównego składnika badanego dyskursu, dla Witosz stały się podstawą dla lingwistycznego myślenia o podmiotowym charakterze działań w dyskursach.¹⁵ Co się tyczy wspomnianych wypowiedzi, to obejmują nie tylko produkty językowe (teksty), ale także cały akt komunikacji: nadawcę, odbiorcę oraz intencję mówienia.¹⁶

¹⁰ Witosz B. (2009): *Dyskurs i stylistyka*, Katowice, s.8-9

¹¹ Tamże, s. 66.

¹² Tamże, 67

¹³ Tamże, s. 70

¹⁴ Tyc E. (2018): *Kawa czy herbata? Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy. Komunikat polimodalny z perspektywy lingwistyki dyskursu*, Katowice, s. 18

¹⁵ Czachur W. (2020): *Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy*, Wrocław,

¹⁶ Grzegorzyczkowa R. (1998): *Głos w dyskusji o pojęciu tekstu i dyskursu*. W: *Tekst. Problemy teoretyczne.*, Bartmiński J, Boniecka B, (red.), Lublin, s. 41

1.2. Lingwistyka dyskursu według Ingo Warnkego i Jürgena Spitzmüllera

Punktem odniesienia w opisie lingwistyki dyskursu Spitzmüllera i Warnkego jest monografia Czachura *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*, w której autor nawiązując do germanistycznej tradycji metodologicznej obszernie przedstawia poglądy wymienionych badaczy.¹⁷ Lingwistyka dyskursu według Spitzmüllera i Warnkego jest próbą wypracowania podstaw teoretycznych, metodologicznych i metodycznych nowej dyscypliny, którą autorzy nazywają lingwistyką dyskursu. Jeśli zaś chodzi o to, jak postrzegają sam dyskursu, to określają go jako system formacyjny wypowiedzi. System ten nawiązuje do wiedzy zbiorowej, ukierunkowanej na działanie i stratyfikowanej społecznie.¹⁸ Czachur zwraca uwagę, iż teksty dla Spitzmüllera i Warnkego stanowią najwyższy w hierarchii namacalny przedmiot badań lingwistycznych. Badacze nie postrzegają ich jednak jako jednostek autonomicznych, a wartość semantyczną i epistemiczną. Są one wytwarzane w wyniku współpracy tekstów w przestrzeni publicznej, co wynika ze specyfiki funkcjonowania dyskursów.

Spitzmüller i Warnke wyróżniają trzy podstawowe paradygmaty metodyczne stosowane w lingwistyce. Mowa o podejściu: tematyczne kontra systematyczne, synchroniczne kontra diachroniczne oraz corpus – based kontra corpus – driven. Te ostatnie odnoszą się do sposobu badań korpusowych. Czachur wyjaśnia to podejście w następujący sposób: „Corpus-based stosuje się w wypadku, kiedy badacz posługuje się korpusem w celu zweryfikowania postawionych tez lub egzemplifikacji opracowanych teorii. Corpus – driven jest metodą zakładającą, że korpus powinien być jedynym źródłem naszych hipotez o języku, a zatem sam korpus jako ucieleśnienie teorii języka podpowiada istnienie i funkcje pewnych kategorii”.¹⁹ Przyglądając się lingwistyce dyskursu Warnkego i Spitzmüllera nie sposób nie wspomnieć opracowanym przez nich modelu DIMEAN (od pierwszych liter nazwy Diskurslinguistische Mehr-Ebenen-Analyse) – określany jako kontekst metodologiczny lingwistyki dyskursu. Model ten wyznacza powierzchnie opisu dyskursu, a ich rozróżnienie rozumiane jest jako zabieg analityczny, a nie odwzorowanie złożoności dyskursu. DIMEAN integruje lingwistyczne metody analizy języka i wiedzy. Uwzględnia także poziom aktorów dyskursu, których działanie wyraża się w praktykach dyskursywnych. Wielopoziomowa struktura tego

¹⁷ Czachur W. (2020): *Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy*, Wrocław

¹⁸ Tamże, s. 191

¹⁹ Czachur W. (2020): *Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy*, Wrocław, s. s. 196

modelu jest odzwierciedleniem złożonej struktury dyskursu, stąd mowa o wielopoziomowej lingwistycznej analizie dyskursu. Celem DIMEAN nie jest opracowanie teoretycznej koncepcji dyskursu w ujęciu lingwistycznym. Chodzi przede wszystkim o zestaw metod dla lingwistyki dyskursu, które empirycznej analizie umożliwiają wybór istotnych pól badawczych, przy jednoczesnym nazwaniu tego, co nie jest aktualnym obiektem zainteresowania. W modelu tym na uwagę zasługuje uwzględnienie aktorów dyskursu jako kategorii analitycznej. Występują oni zatem jako łącznik pomiędzy pojedynczym tekstem a płaszczyzną transtekstualną. Na ich poziomie dochodzi do procesu, w którym następuje podwójna filtracja. Po pierwsze dyskurs jest przepuszczany przez filtr stanowiący reguły decydujące o tym, co wchodzi w jego zakres. Drugi filtr stanowią mechanizmy kształtowania dyskursu. To proces, w którym zapadają decyzje o tym, co zostaje przetransferowane z dyskursu do pojedynczego tekstu. Czachur zwraca uwagę, iż: „jest to zabieg zastosowany na potrzeby przejrzystości modelu, projektujący z lingwistycznej perspektywy analizę dyskursu jako analizę płaszczyzny transtekstualnej, przy uwzględnieniu tekstów tworzących dyskurs i jego aktorów”.²⁰ Płaszczyzna ta stanowi punkt dojścia i wyjścia w lingwistyce dyskursu. Spitzmüller i Warnke piszą: „Właściwy dyskursologiczny wymiar badań ujawnia się dopiero na płaszczyźnie transtekstualnej, rozumianej jako językowe manifestacje struktury, których części składowe to pojedyncze teksty, rozproszone wypowiedzi, rozmowy oraz nośniki pozajęzykowe. Oczywiście pierwsze zapoznanie się z korpusem i dalsza w jego ramach analiza intratekstualna i analiza pozycji aktorów prowadzona jest w celu wyznaczenia wzajemnych relacji na poziomie struktur transtekstualnych. Ta relacja może być realizowana jako warunek kontekstualizacji pojedynczych wypowiedzi lub jako skutek takich wypowiedzi, które jako wydarzenia dyskursywne warunkują dyskurs”.²¹ Konkludując, na lingwistykę dyskursu według Ingo Warnkego i Jürgena Spitzmüllera, nie można patrzeć jak na instrukcję obsługi analizy dyskursu. Na opracowanym przez nich programie można za to z powodzeniem zbudować dowolną procedurę badawczą uzależnioną od korpusu, pytania badawczego i celu badań.

²⁰ Czachur W. (2020): *Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy*, Wrocław, s. 198

²¹ Warnke I.H., Spitzmüller J. (2009): *Wielopoziomowa lingwistyczna analiza dyskursu – DIMEAN*, tłum. Waldemar Czachur, Kinga Zielińska, „tekst i dyskurs – text und diskurs” 2, s. 139

Rozdział II

Założenia metodologiczne

Przedmiotem moich dociekań jest odbiór społeczny zaprojektowanych praktyk dyskursywnych ulokowanych w dyskursie policyjnym, a dokładnie w jednej z jego ilustracji, którą jest policyjna kampania „Nie reagujesz – akceptujesz”.²² Przedsięwzięcie to postrzegam jako jeden z wielu elementów służących do budowania autorytetu Policji, jako ideę, o której pisze Jadwiga Stawnicka: „Taka idea musi natrafić na podatny grunt, zyskać rezonans i zaspokoić społeczne oczekiwania”²³. Kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” jest efektem zaprojektowanych praktyk dyskursywnych, które rozumiem jako reguły wytwarzania, organizacji, ale też kontroli tego dyskursu. Interesuje mnie przede wszystkim komunikacyjno – społecznych charakter tej ilustracji dyskursu policyjnego. W jego szerokim otoczeniu funkcjonują inne dyskursy: dyskurs publiczny, instytucjonalny, urzędowy, medialny oraz dyskurs o bezpieczeństwie. Z kolei w ramach praktyk dyskursywnych opracowywanej kampanii dostrzegać można sygnały i symptomy innych znanych społecznie dyskursów: dyskurs autoprezentacyjny i autopromocyjny. W pracy zostanie przeprowadzone opracowanie lingwistyczne kampanii, w którym zostaną uwzględnione praktyki dyskursywne Policji oraz odbiorców kampanii w mediach masowych, nowych mediach i nowych nowych mediach. Tak określone pole badań wymaga pewnych procedur. Zdecydowałam, że spodziewanym skutecznym narzędziem będą multimodalna analiza tekstu oraz analiza dyskursu. Ta pierwsza pozwala na przeanalizowanie płaszczyzny intratekstualnej materiału w tym wszystkich używanych kodów semiotycznych. Ta druga wspomaga w analizie transtekstualnej, która uwzględnia aktorów badanego dyskursu, ich charakterystykę i cele. Obie procedury mogą dać podstawy do wyłonienia dyskursywnego obrazu kampanii oraz fragmentu dyskursywnego obrazu policji. W drodze do efektów badawczych zastosuję analizę semiotyczną, retoryczną, ikoniczną oraz multimodalną.

²² Termin kampania używam naprzemiennie z przedsięwzięcie, program prewencyjny, akcja.

²³ Stawnicka J.(2013): Budowanie autorytetu Policji (przez pryzmat założeń projektu badawczego „Komunikacja społeczna Policji” W: Autorytet w Policji, Hermanowski M., S. Weremiuk S. (red.) Poznań, s. 135-137

2.1.Hipotezy

Moim celem jest odpowiednio zaprojektowana i ukierunkowana lektura, która pozwoli na podstawie wniosków z niej płynących wykazać strategię i praktyki dyskursywne stosowane w kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, a także ich społeczny odbiór. Na wyciągnięcie tych wniosków pozwoli zgromadzony na potrzebę pracy materiał badawczy, który stał się źródłem i inspiracją do sformułowania czterech hipotez:

- **Kampania ma zmienić wizerunek Policji w społeczeństwie;**
- **Policyjna kampania ma zwiększyć aktywność mieszkańców w swoim otoczeniu oraz dbałość o ich bezpieczeństwo wspólne;**
- **Zaangażowanie w kampanię jej aktorów nie jest równomierne;**
- **Kampania realizuje założenia dyskursu policyjnego.**

Hipoteza pierwsza zakłada, że prowadzone w ramach akcji działania śląskich policjantów, choć nie mówi się o tym w kampanii wprost, mają zmienić w społecznościach lokalnych wizerunek Policji oraz podejmowanych przez nią działań na rzecz poprawy bezpieczeństwa i porządku publicznego. Założono również, że kampania jest próbą przełamania stereotypu na temat szeroko rozumianego informowania Policji. Druga hipoteza zakłada, że prowadzona akcja ma na celu aktywizację lokalnych społeczności, aby te bez przymusu, z własnej woli, podjęły współpracę z Policją, w celu poprawy bezpieczeństwa w najbliższym otoczeniu. Przyjęto, iż prowadzone w ramach kampanii działania są przejawem zwrotu ku lokalności i próbą zbudowania wspólnoty, której przyświeca jeden, wspólny cel – bezpieczeństwo wszystkich mieszkańców. Kampania jest zatem bodźcem, który ma zwiększyć wspomnianą aktywność i dbałość społeczności poprzez wydobycie z niej i wskazanie umiejętności, które pozwolą mieszkańcom na podjęcie różnych ról społecznych. W ramach trzeciej hipotezy założono, że włączenie się wszystkich aktorów do realizacji prowadzonego przedsięwzięcia występuje w różnym stopniu nasilenia, co jest determinowane szeregiem czynników. Przede wszystkim istotną rolę odgrywa tutaj fakt, iż udział aktorów (mieszkańcy, elity społeczne) odbywa się na zasadzie dobrowolności i porozumienia. Z kolei działania podejmowane przez policjantów w ramach prowadzonej akcji charakteryzuje rodzaj powinności do wykonania zadania, ale i elastyczność w jej realizacji. Nie bez znaczenia pozostają indywidualne predyspozycje i kompetencje poszczególnych policjantów, w tym ich kreatywność oraz zaangażowanie. Ostatnia hipoteza stanowi o tym, że kampania realizuje założenia dyskursu policyjnego, a więc jawi się jako przykład praktyk komunikacyjnych typowych dla działań Policji. Dlatego w pracy

zaistniała potrzeba zbudowania definicji policyjnego dyskursu. W celu weryfikacji postawionych tutaj hipotez zostanie wykorzystana indukcyjna metoda wnioskowania, czemu posłużą te części rozprawy, które posiadają walor empiryczny. Ich analiza została oparta przede wszystkim na interpretacjach jakościowych.

2.2. Obiekt dyscypliny – dyskurs

„(...)dyskurs jakiś(...)dyskurs w czymś(...)dyskurs o czymś(...) dyskurs z czymś(...)dyskurs czegoś (...)dyskurs nad czymś(...) coś w dyskursie (...)coś dyskursu(...)dyskurs i coś(...) dyskursy jakieś, czyjeś (...)teorie dyskursów(...)”²⁴

Dyskurs w niniejszej rozprawie stanowi podstawowe instrumentarium badawcze oraz wyznacza kierunek podejmowanych interpretacji. To także kluczowe pojęcie dla dalszych rozważań i podejmowanych w pracy badań empirycznych. A te, „prowadzone z wykorzystaniem teorii dyskursu opierają się na przekonaniu, że analiza dyskursu nie jest tylko technicznym środkiem służącym do „wglądu” w badane zjawiska, lecz istotną częścią całościowego podejścia teoretyczno-metodologicznego. Tak jak metodologia badań (i w ogóle poznanie) niemożliwe są bez teorii, tak i teoria nie jest w stanie obejść się bez określonej metodologii”.²⁵ Dyskurs jest kategorią złożoną i niezwykle pojemną, co wiąże się z wielością jego semantycznych identyfikacji. To może powodować problemy i trudności nie tylko w jego zdefiniowaniu, ale i zbadaniu. Wydaje się jednak, że wszystko zależy od *modus operandi*, tego, kto i w jakim celu tym terminem operuje, bo jak pisze Brzozowska: „Dyskurs, w zależności od tego, kto się tym pojęciem posługuje, może przyjmować niemal izomorficzną postać i określać każdy rodzaj ekspresji ludzkiej, w toku której powstają jakiegokolwiek przekazy”.²⁶ Nie dziwi więc już dzisiaj twierdzenie artykułowane w rozprawach

²⁴ Brzozowska D. (2014): Dyskurs i jego kolokacje W: Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem W: Dyskurs w perspektywie akademickiej, Materiały z międzynarodowego okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r., Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn, s. 12

²⁵ Glynos J., Howarth D. (2007): Logics of Critical Explanation in Social and Political Theory. New York. s. 7

²⁶ Brzozowska D. (2014): Dyskurs i jego kolokacje W: Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem W: Dyskurs w perspektywie akademickiej, Materiały z międzynarodowego

językoznawców, teoretyków literatury, badaczy komunikacji, medioznawców, antropologów, pedagogów, czy socjologów, o dyskursywnym charakterze naszej rzeczywistości. Przyjrzyjmy się wobec tego, tym konceptualizacjom dyskursu, które wpisują się w przyjęty przeze mnie punkt widzenia w ustalonym w tej pracy kontekście teoretycznym. Zwracam w związku z tym uwagę na te ujęcia i definicje, wypracowane przez przedstawicieli dyskursu, które pozwolą na wybór ujęcia najtrafniejszego dla prowadzonych w rozprawie badań.

„Język w użyciu” – tak w sposób zdroworozsądkowy dyskurs definiuje Teun van Dijk.²⁷ Dyskurs na dobre zadomowił się we współczesnej humanistyce, zyskując w ciągu lat coraz to nowsze znaczenie. Jak wskazuje Stawnicka, „pojęcie dyskursu (łac. discursus ‘bieganie w różnych kierunkach, pospieszanie dokądś; dyskusja, rozmowa, rozprawa, rozumowanie’) jest definiowane jako forma organizacji języka”.²⁸ Autorka zwraca uwagę na złożony charakter dyskursu, który „jest zdeterminowany złożonością koncepcji pojmowania i analizy dyskursu od lat 60. i 70. XX wieku”.²⁹ Powodem jego błyskotliwej kariery stał się zwrot lingwistyczny, spowodowany rewolucyjnymi zmianami zarówno w naukach humanistycznych, jak i społecznych. Do rozpowszechnienia dyskursu w tychże naukach przyczyniła się koncepcja realizowana przez Michaela Foucaulta (1926-1984), do której opisu wrócę w dalszej części tego rozdziału. W literaturze lingwistycznej pojawia się m.in. tradycyjne rozumienie dyskursu, oznaczające stopień zorganizowania języka w wypowiedź lub całość procesu komunikacji.³⁰ Wykładnia tego terminu została przedstawiona w *Archeologii wiedzy*: „W wypadku, gdy uda się ustalić w jakiejś grupie wypowiedzi podobny system rozproszenia, gdy zdołamy określić jakąś regularność w obrębie przedmiotów, sposobów wypowiadania, pojęć i wyborów tematycznych (porządek, korelacje, pozycje, funkcjonowanie, transformację), powiemy – termin traktując umownie – że mamy do czynienia z formacją dyskursywną”.³¹ Czynnikiem determinującym formacje dyskursywne jest występowanie konkretnych wypowiedzi w przestrzeni społecznej. Do poruszanego tu tematu nawiązuje Grażyna Grzmil – Tylutki: „Wspólnotę dyskursywną należy pojmować w wymiarze instytucjonalnym, nie zaś czysto kulturowym. Wyrosła z „formacji dyskursywnej” Foucaulta, czyli z powiązania produkcji tekstowej z doktryną ideologiczną, jest utożsamiana ze społecznością ludzi związanych

okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r., Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn, s. 215

²⁷ van Dijk T. (red), (2001): Dyskurs jako struktura i proces, Warszawa PWN, s. 9

²⁸ Stawnicka J. (2016): Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s.17

²⁹ Tamże,

³⁰ Grzegorzyczkowa R. (2008): Wstęp do językoznawstwa. PWN, Warszawa, s. 40

³¹ Foucault M. (1977): Archeologia wiedzy, przeł. A. Siemek, PWN, Warszawa, s. 64

z określoną, zinstytucjonalizowaną działalnością mając swój wyraz w warstwie semiologicznej. Wspólnotę dyskursywną tworzą, na przykład, wszystkie podmioty związane z działalnością w szkolnictwie, nauce, służbie zdrowia, administracji, wojsku, itp., w sferze zarówno społecznej, jak i semiologicznej (w tym: językowej)”.³²

Dyskurs determinowany jest przez trzy podstawowe warianty, na co uwagę zwraca Tomasz Piekot, opisując go jako: „(...)coś abstrakcyjnego, zbiór/ system norm, zasad, konwencji, wzorów zachowań, który determinuje powstawanie komunikacji (tekstów); dyskurs jako coś konkretnego: coś jednostkowego, coś zbiorowego, gdzie dyskurs jest tekstem zanurzonym w kontekst (i kontekstem zanurzonym w tekst), czyli zdarzeniem komunikacyjnym lub strumień tekstów, które coś łączy (nadawca, gatunek, tematyka itp.)”.³³ Autor zwraca uwagę, iż pierwszy z opisanych wariantów jest najistotniejszy, a dyskurs w takim ujęciu „to najwyższa jednostka organizacji komunikacji”, pisząc dalej: „W tym sensie – w dyskursie mieszczą się zarówno systemy pojęć i propozycji(sądów), jak i systemy komunikacyjnych form i struktur (singifié i signifiant)”.³⁴ Autor podkreśla także, że „Najprościej chyba tak rozumiany dyskurs nazywać ramą interpretacyjną w skali makro, czyli tym, za pomocą czego ludzie reprezentujący daną grupę rozumieją rzeczywistość i o niej komunikują. W tym ujęciu wewnątrzgrupowa komunikacja jest systemem (w znaczeniu teorii systemów) – najpierw się stabilizuje (wytwarza dyskurs), a potem dokonuje ekspansji na inne systemy (wtedy powstaje już interdyskurs lub dyskurs dominujący)”.³⁵

Warto zaznaczyć, iż na dyskursu w języku polskim nie mały wpływ miał *Discours de la méthode – Rozprawa o metodzie Kartezjusza*, który wprowadził pojęcie dyskurs do filozofii w XVIII wieku, a którym posługiwali się także Gottfried Wilhelm Leibniz i Immanuel Kant. Jeśli zaś chodzi o znaczenie *stricte* naukowe leksemu dyskurs, to piętno odcisnęły na nim także rodzaje się w latach 1965 – 1975 nurty językoznawstwa. Na uwagę zasługuje koncepcja Benveniste'a: „odróżnienia dwóch poziomów wypowiedzenia: *histoire i discours* legła u podstaw myślenia o dyskursie w odmiennych niż dotychczas kategoriach i okazała się prekursorska wobec wszystkich powstających w następnych latach prac i teorii na ten temat.

³² Grzmił-Tylutki H. (2010): Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy. Kraków, s.11

³³ Piekot T. (200): Trzy sposoby rozumienia słowa dyskurs W: Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem W: Dyskurs w perspektywie akademickiej, Materiały z międzynarodowego okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r., Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn, s. 16

³⁴ tamże,

³⁵ tamże,

W tym ujęciu 'plan dyskursu' przedstawiany jest jako bezpośrednio związany z sytuacją mówienia, w której nadawca 'tu i teraz' (*hic et nunc*) kieruje swoją wypowiedź do odbiorcy. Sytuację tę wyznaczają czas terażniejszy, zaimek osobowy ja oraz zaimki wskazujące. Ta charakterystyka nie dotyczy „planu historii”, który przedstawiany jest jako niezwiązany z sytuacją wypowiedzenia”.³⁶ Przełom 80. i 90. XX wieku, to czas, kiedy w odniesieniu do dyskursu, „kładzie się nacisk na interakcyjny, dialogowy charakter tej całości komunikacyjnej”, podkreślając jego wymiar pragmatyczny oraz umiejscowienie w czasie przestrzeni.³⁷

Omawiając zagadnienia dotyczące dyskursu nie sposób nie wspomnieć o interdyscyplinarności. Nawiązuje do niej van Dijk pisząc: „Wkraczamy teraz na obszar działań i interakcji, który właściwie pozostaje w gestii nauk społecznych. To znaczy, że dyskurs jest konstytuowany przez (ustrukturowane) grafemy i dźwięki, abstrakcyjne formy składniowe (struktury syntaktyczne), kompleksowe struktury lokalnych i globalnych znaczeń oraz schematyczne formy kompozycyjne. Może jednak być też opisywany w kategoriach działań społecznych realizowanych przez użytkowników języka, którzy komunikują się między sobą w różnych sytuacjach i w obrębie określonego społeczeństwa i danej kultury”.³⁸ A sam obszar interdyscyplinarnych badań nad dyskursem, jak pisze autor, opiera się na trójkącie: „dyskurs – poznanie – społeczeństwo”.³⁹ Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na słynną triadę van Dijka, który wskazuje na trzy podstawowe elementy dyskursu: język – idea – interakcję, definiując go jako „zdarzenie komunikacyjne(...), w którym ludzie używają języka, by przekazywać różne idee i przekonania (lub by wyrażać emocje). Robią to zaś w ramach wyznaczonych przez przebieg bardziej złożonych sytuacji społecznych, na przykład w takich sytuacjach jak pisanie”.⁴⁰ Dyskurs ma zatem trzy wymiary: językowy (użycie), poznawczy (komunikowanie przekonań) i interakcyjny”.⁴¹ Nie bez przypadku nawiązuję do tej właśnie definicji, bowiem w dalszej części pracy, w oparciu o wymienione tutaj założenia, podejmę się próby zdefiniowania dyskursu policyjnego. Z tych trzech wymienionych

³⁶ Sławkowa E.: *Dyskursywnie o dyskursie*, s. 91

https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/9474/1/BAJ_6_2006_E_Slawkowa_Dyskursywnie_o_dykursie.pdf dostęp 10.03.2023

³⁷ tamże, s.93

³⁸ van Dijk T. A. (2001): *Badania nad dyskursem*. W: *Dyskurs jako struktura i proces*, tłum. Grochowski G., PWN, Warszawa, s. 22-23

³⁹ van Dijk T. A. (2001): *Badania nad dyskursem*. W: *Dyskurs jako struktura i proces*, tłum. Grochowski G., PWN, Warszawa, s. 34

⁴⁰ van Dijk T.A. (2001): *Dyskurs jako struktura i proces*, Warszawa PWN, s.10.

⁴¹ van Dijk T. A. (2001): *Badania nad dyskursem*. W: *Dyskurs jako struktura i proces*, van Dijk T.A. (red.) Przeł. Grochowski G., Warszawa, s. 9–44.

elementów (język – idea – interakcja) wynurza się podstawowe zadanie analizy dyskursu, sformułowane przez van Dijk następująco: „zadaniem analizy dyskursu jest dostarczenie zintegrowanego opisu tych trzech wymiarów komunikacji: jak dane użycie języka wpływa na wyobrażenia człowieka o świecie i na przebieg interakcji, oraz vice versa – jak różne aspekty interakcji warunkują formę wypowiedzi, a także przekonania żywione przez uczestników komunikacji”.⁴²

W polskim językoznawstwie usystematyzowania i zdefiniowania dyskursu podejmowali się m.in.: Leon Zawadowski, Ida Kurcz, Teodozja Rittel, Janina Labocha, Urszula Żydek-Bednarczuk, Stanisław Grabias, Anna Duszak, Stanisław Gajda, Maciej Kawka oraz Bożena Witosz. Przyjrzymy się kilku ciekawym ujęciom. I tak Zawadowski pisze, iż „Dyskursem jest (...)ciąg zdań wyjaśniający komuś działanie (...)w ogóle wszelki ciąg elementów tekstowych uwarunkowany nie przez związki konwencjonalne T : R [T – tekst, R – rzeczywistość – W.C.], lecz czynniki bezpośrednio lub pośrednio zależne od komunikowanej treści pozatekstowej”.⁴³ Kurcz uważa, że dyskurs składa się z minimum dwóch, powiązanych ze sobą wypowiedzi, najczęściej w formie tekstowej lub konwersacyjnej (pytanie i odpowiedź), posiadających początek i koniec.⁴⁴ Dyskursowi według autorki towarzyszą elementy niewerbalne (mimika, pantomimika, gesty, symptomy emocji, m.in. śmiech, prozodia, akcent, właściwości głosu oraz interpunkcja w tekście pisanym).⁴⁵ Dyskurs w ujęciu ogólnym, jak pisze Rittel: „może być (...)interpretowany przez „podmiot poznający”, a więc ujawniać stan umysłu osoby uczestniczącej w dyskursie oraz jej doświadczenie językowe i kulturowe(...)słowa nie są w nim najważniejsze”.⁴⁶ Labocha ujmuje dyskurs jako „normę komunikacyjną oraz wzorzec kulturowy pozwalający na tworzenie wypowiedzi i tekstów o określonych właściwościach stylistycznych i przynależności gatunkowej przez wspólnoty dyskursu w danym czasie i przestrzeni”.⁴⁷ Lisowska – Magdziarz, definiuje dyskurs jako: „zespół zachowań językowych, których treści i forma uwarunkowane są koncepcjami poznawczymi charakterystycznymi dla (...) danego typu komunikacji, rodzaju działalności, a także praktycznymi warunkami

⁴² van Dijk Teun A. (2001): Dyskurs jako struktura i proces. Tłum. Grochowski Grzegorz. Warszawa, s.10

⁴³ Zawadowski L.(1966): Lingwistyczna teoria języka, Warszawa, s. 146

⁴⁴ Kurcz I. (2000):Psychologia języka i komunikacji. Warszawa, PWN s. 147

⁴⁵ Tamże, s.156

⁴⁶ Rittei T . (1997a): Słowo w dyskursie edukacyjnym na temat wartości W: Dyskurs edukacyjny, red. T. Rittel i J. Ożdżyński, Kraków, s. 124-125 ; Rittel T . (1997b): Metafora kulturowa w Panu Tadeuszu A. Mickiewicza, R ocznik Naukowo - Dydaktyczny WSP w Krakowie z. 192, Prace Językoznawcze IX,

⁴⁷ Lebocha J. (2012): Tekst , wypowiedź, dyskurs jako kategorie tekstologiczne W: LingVaria VII 1 (13). s.33

formułowania wypowiedzi (kto mówi, do kogo, w jakim celu, w jakiej sytuacji)".⁴⁸ Z kolei dla Wojtak dyskurs to „sposób zorganizowania ludzkiej aktywności, a więc także praktyki komunikacyjnej określonej społecznością (wspólnoty), która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści, konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków werbalnych)".⁴⁹ Grabias dyskursem nazywa „ciąg zachowań językowych, których postać zależy od tego, kto mówi, do kogo, w jakiej sytuacji i w jakim celu".⁵⁰ Gajda profiluje go jako „tekst w kontekście, konkretne wydarzenie komunikacyjne"⁵¹, a Duszak formuje dyskurs jako „zdarzenie komunikacyjne"⁵² (podobnie z resztą jak van Dijk). Autorka w swojej definicji wskazuje także na istotę elementów pozajęzykowych w konstytuowaniu się dyskursu pisząc, iż obejmuje on „(...)całość danego aktu komunikacji, a więc zarówno określoną werbalizację (tekst), jak i czynniki pozajęzykowe, które jej towarzyszą, tj. przede wszystkim określoną sytuację użycia oraz jej uczestników".⁵³ Ciekawą uwagę czyni Witosz, podkreślając, że początkową postać dyskursu w polskiej lingwistyce nadał Benveniste, który: „mianem discours określił wypowiedź, której struktura wskazuje na jej zanurzenie w towarzyszącej wypowiedaniu sytuacji, czego eksponentem były tekstowe składniki deiktyczne: osobowe, temporalne oraz specjalne. Na tej podstawie przeciwstawił on discours narracji niespersonalizowanej, prowadzonej w tzw. trzeciej osobie (récit)".⁵⁴ Witosz wymienia poziomy, na jakich może być rozpatrywany dyskurs, na co pozwala: „konkretna wypowiedź, styl indywidualny, gatunek tekstu, rodzina różnogatunkowych wypowiedzi połączona wspólną tematyką, rodzina wypowiedzi wyróżnionej ze względu na ich wspólne nacechowanie ideologiczne, rodzina wypowiedzi wyodrębnionych ze względu na ich przynależność do określonej formacji kulturowej, i wreszcie rodzina wypowiedzi wyodrębnionych ze względu na przynależność instytucjonalną ich podmiotów".⁵⁵ To właśnie w oparciu o powyższe poziomy oraz kryterium: instytucjonalne, podmiotowe, ideologiczne, medium przekazu, międzypodmiotowych relacji, odniesień przedmiotowych i tematu, wyłaniają się różne typy dyskursów. Autorka pisze dalej: „W wyniku zastosowania kryteriów (...)da się skonstruować

⁴⁸ Lisowska – Magdziarz M.(2006): Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s.17.

⁴⁹ Wojtak M.(2011): O relacjach: dyskurs – styl – gatunek – tekst. „Tekst i dyskurs” 4, s. 17

⁵⁰ Grabias S. (2003): Język w zachowaniach społecznych, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s.264

⁵¹ Gajda S. (2005): Tekst/dyskurs oraz jego analiza i interpretacja. W: Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze. Red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów, s. 13

⁵² Duszak A. (1998): Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa. Warszawa

⁵³ Tamże, s. 19

⁵⁴ Witosz B. (2009): Dyskurs i stylistyka, Katowice, s. 64

⁵⁵ Tamże, s. 57-58, 64,

mapę gęściej zabudowaną, na której poszczególne punkty (odmiany dyskursów) byłyby odpowiednio umiejscowione i połączone różnymi liniami z pozostałymi. Można wyobrazić sobie co najmniej trzy rozbudowane centra dyskursów (instytucjonalnych, ideologicznych i medialnych), wokół których tworzą się mniejsze skupiska (np. dyskursy mody, tożsamościowy, pamięci, dominacji itp.), a wszystkie złączone są siecią przecinających się powiązań. Trudno bowiem założyć istnienie jakiegokolwiek typu dyskursu, którego nie charakteryzowałyby pozostałe wyznaczniki”.⁵⁶

Warto w tym miejscu przywołać kilka faktów na temat dyskursu, na które uwagę zwraca Czachur, otóż:

- „tworzony jest przez działania językowe (teksty) i pozajęzykowe w ramach pewnej społeczności kulturowej;
- jego nośnikiem są w dużej mierze, jednak nie wyłącznie, media, a więc proces jego tworzenia działania oparty jest na logice mediów (atrakcyjność newsa, komercjalizacja, potoczność, powtarzalność itd.)
- współtworzy rzeczywistość społeczną (rodzaj relacji międzyludzkich) i kulturową oraz wyraża to, co możliwe w danej społeczności kulturowej, a przez innowacje wpływa na kulturę, oferując określone strategie konceptualizowania rzeczywistości;
- oparty jest na działaniu konkretnych podmiotów, zakotwiczonych w systemach społecznych i kulturowych, w systemach wartości i konwenansów;
- współtworzy rzeczywistość, współtworzy znacznie i sens procesów, zjawisk, przedmiotów”⁵⁷

Poza obrębem polskiej szkoły lingwistycznej, i wspomnianą konceptualizacją van Dijka, na uwagę zasługuje definicja dyskursu w ujęciu niemieckiego filozofa Habermasa, który w zjawisku tym dopatruje się przede wszystkim społecznej formy komunikacji, traktując go jako rodzaj argumentacji. Habermas przedstawił zestaw warunków, które musi spełniać dyskurs rozumiany jako narzędzie kształtowania harmonijnego współżycia społecznego. Warunki te obejmują osiąganie zgody między partnerami komunikacji społecznej – w działaniach spornych, w wymianie argumentów i stanowisk, w prezentacji odmiennych punktów widzenia: „Zgodnie z komunikacyjną teorią dyskursu tylko działania komunikacyjne

⁵⁶ Witosz B. 2016, Czy potrzebne nam typologie dyskursu? W: Dyskurs i jego odmiany, red. E. Ficek, K. Sujkowska-Sobisz, B. Witosz, Katowice, s.22-23

⁵⁷ Czachur W. (2011): Dyskursywny obraz świata W: tekst i dyskurs – text und dyskurs, s.86 <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/7075> dostęp 17.04.2023

oparte na warunkach dochodzenia do prawdziwości (zgodność twierdzeń z rzeczywistością), słuszności (zgodność twierdzeń z normami i wartościami), szczerości i wiarygodności (autentyczność intencji) mogą prowadzić do prawdziwego porozumienia”.⁵⁸ Warto także zwrócić uwagę na koncepcje Numana i jego dwie, krótkie definicje dyskursu. Pierwsza jako: „ciągły fragment języka, zwłaszcza mówionego, dłuższy niż zdanie, często tworzącego spójną całość, taką jak kazanie, dowód, dowcip lub narracja/relacja”, a druga jako „ciąg językowy postrzegany jako posiadający znaczenie, całościowy i celowy”.⁵⁹

2.3 Dyskurs w koncepcji Michela Foucaulta

Zwracam uwagę na koncepcje tego francuskiego filozofa, dzieląc opinię Czachura, iż w odniesieniu do analizy dyskursu, są one najbliższe, podejściu lingwistycznemu. Dyskurs w ujęciu Michela Foucaulta jest zawsze kształtowany przez określoną liczbę procedur, gdzie władza, wiedza i podmiot odgrywają najważniejszą rolę. Dyskurs, to też coś więcej niż kształtowanie znaczeń, a jego zadanie nie polega: „na traktowaniu dyskursów jako zbiorów znaków (elementów znaczących, które odsyłają do jakichś treści lub przedstawień); polega natomiast na traktowaniu ich jako praktyk formujących przedmioty, o których owe dyskursy mówią. Oczywiście dyskursy są zrobione ze znaków; wszelako ich działanie polega na czymś więcej niż na oznaczeniu tymi znakami rzeczy”.⁶⁰ Foucault pod pojęciem dyskursu rozumie przede wszystkim „działanie nieustannie kształtujące obiekt, o którym się mówi”, wprowadzając kolejny ważny składnik tej kategorii – przedmiot odniesienia.⁶¹ Badacz posługiwał się zasadą swoistości, w której dyskurs tworzy rzeczywistość, co nadaje tej kategorii strukturalnego charakteru. Zgodnie z myślą Foucaulta, niemożliwe jest, żeby człowiek funkcjonował w świecie, z którego kategoria dyskursu jest wyłączona. Warto zwrócić uwagę, iż badacz nie podziela dość powszechnie panującej opinii, w której interesująca mnie tu kategoria miałaby nadawać znaczenie przedmiotom, natomiast niewątpliwie dostrzega on znaczny potencjał dyskursu. Zwraca na to uwagę w *Archeologii dyskursu*, gdzie odnosząc się do zadania dyskursu pisze: „Nie polega ono(...)na traktowaniu dyskursów jako zbiorów znaków (elementów znaczących, które odsyłają do jakichś treści lub przedstawień); polega

⁵⁸ Habermas J. (2002): Teoria działania komunikacyjnego. Tłum. Kaniowski Andrzej. T. 2. Warszawa, s.231

⁵⁹ Numan D.(1993): Introducing discourse analysis, Penguin, London 1993, s.5

⁶⁰ Foucault M. (1977): Archeologia wiedzy, tłum. Andrzej Siemek, Warszawa. s.76

⁶¹ Foucault M. (2002b): Porządek dyskursu. Tłum. Kozłowski Michał. Gdańsk, s. 60

natomiast na traktowaniu ich jako praktyk formujących przedmioty, o których owe dyskursy mówią. Oczywiście dyskursy są zrobione ze znaków; wszelako ich działanie polega na czymś więcej niż na oznaczeniu tymi znakami rzeczy”.⁶² W ujęciu Foucaulta dyskurs nie podlega jakimś ścisłym ustaleniom definicyjnym. Chodzi w nim bardziej o stosunki zachodzące między wypowiedziami oraz tekstami. Stosowanym przez filozofa pojęciem teoretycznym tj. formacja dyskursywna, praktyki dyskursywne, czy też sam dyskurs, brakuje precyzyjnego określenia, stąd współczesna lingwistyka, nie tyle przejęła definicje tych kategorii, co przyświecające im idee. Reasumując – dyskurs w ujęciu Foucault, jest kategorią złożoną, składającą się z kilku podstawowych składników. Mowa o przedmiotach, których dotyczą wypowiedzi, miejscach, z których pochodzą te wypowiedzi (pozycje podmiotów dyskursu, pozycje społeczne, które wyznaczają reguły dyskursu), terminologii w pewnym sensie uwikłanej w kształtowanie dyskursu, motywach i teoriach, jakie w związku z dyskursem powstają.⁶³ Autor wyraźnie podkreśla, że „(...) nikt nie wejdzie w porządek dyskursu, jeśli nie sprosta pewnym wymaganiom lub jeśli nie jest, od początku gry, uprawniony, by to czynić”.⁶⁴ Zasady dotyczące dyskursu w kontekście myśli francuskiego filozofa mają w związku z tym kontrolny charakter. Reguły te decydują więc o tym, kto może o czymś mówić, także „o tym, co może być powiedziane, uczynione, pomyślane w danej sytuacji społecznej i kulturowej, a co powinno być pominięte”.⁶⁵

2.4 Praktyki dyskursywne

Zanim przejdę do rozważań *stricte* odnoszących się do praktyk dyskursywnych, odwołuję się do pojęcie praktyki językowej zdefiniowanej przez Stanisław Gajdę w kontekście badań pragmalingwistycznych nad stylem: „Praktyka (społeczna i indywidualna) to ogół celowych czynności zdeterminowanych społecznym (indywidualnym) porządkiem wartości (celami) oraz wiedza o sposobie realizacji wartości preferowanej, czyli świadomością społeczną (indywidualną) wyznaczoną przez układ warunków obiektywnych, z uwagi na które praktyka prowadzi do wyników zaspokajających określone potrzeby społeczne bądź indywidualne. Praktykę określają więc potrzeby społeczne, na które odpowiada [użytkownik]w sposób

⁶² Foucault M. (1977): Archeologia wiedzy, przeł. A. Siemek, Warszawa, s.76

⁶³ Foucault M. (2002b): Porządek dyskursu. Tłum. Kozłowski Michał. Gdańsk, s. 36-45

⁶⁴ tamże, s. 27

⁶⁵ Foucault M. (2002a): Archeologia wiedzy. Tłum. Siemek Andrzej. Warszawa, s. 8

zgodny z istniejącymi warunkami. Owe potrzeby i warunki są zawsze reprezentowane przez świadomość. W ten sposób świat zewnętrzny jest rozpatrywany – poprzez praktykę – w ścisłym związku z człowiekiem”.⁶⁶ Przy okazji omawiania dyskursu koncepcji Michela Foucaulta ustalono, iż kategoria ta nie kształtuje jedynie znaczeń. Jest także odpowiedzialna za formowanie rzeczywistości społecznej. Dyskurs postrzegany jest w relacji do innych elementów. Przypominam, że mowa tutaj o miejscu, z którego artykułowane są wypowiedzi, pojęcia, składającego się na zawartość dyskursu oraz motywów i teorii, które powstają na ich bazie. Warto w tym miejscu zatem zastanowić się, na bazie jakich praktyk dokonuje się owe formowanie społecznej rzeczywistości. Pewien typ reguł formacyjnych jest dla dyskursu policyjnego szczególnie ważny. To modalności wypowiedzi (podobieństw między nimi, podobieństw różnej natury: między przedmiotami, wątkami, sposobami wypowiedzania). Ustala się ją na podstawie wiedzy o tym „Kto mówi? Kto spośród wszystkich mówiących jednostek jest uprawniony do przemawiania tego rodzaju językiem? Kto jest jego posiadaczem? Kto przejmuje odeń jego swoistość, jego prestiż, i od kogo z kolei język ów otrzymuje jeśli nie gwarancję, to przynajmniej domniemanie prawdy?”.⁶⁷ Modalność wypowiedzi nie ogranicza się jedynie do identyfikacji podmiotu. Istotną rolę odgrywa w tej regule również instytucjonalne miejsce wypowiedzi, w którym następuje „uprawomocnienie” tego, co zostało wypowiedziane. Istotą tej praktyki, jest przede wszystkim społeczny kontekst wytwarzania dyskursu.

Ciekawie też przedstawia się perspektywa Foucaulta na inny czynnik organizujący praktyki dyskursywne. Oto „w każdym społeczeństwie wytwarzanie dyskursu jest równocześnie kontrolowane, selekcjonowane, organizowane i poddane redystrybucji przez pewną liczbę procedur”.⁶⁸ Przykład dyskursu policyjnego obrazuje wysokie zorganizowanie praktyk policyjnych oraz wysoce przewidywalne oczekiwania społeczne wobec zachowań komunikacyjnych w tym obszarze. Łatwo określać w tak instytucjonalnym dyskursie czynniki go organizujące. W kontekście niniejszej pracy ciekawie prezentuje się pogląd Foucaulta na wewnętrzne czynniki kontrolujące reguły dyskursu. Nazwał je mianem „dyskursywnej policji”⁶⁹. Praktyka ta określa co może być, a co nie przedmiotem danego dyskursu. Praktyki dyskursywne to sieć podobieństw między wypowiedziami. Chodzi zatem o sposoby

⁶⁶ Gajda S.(1982): Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym. Warszawa-Wrocław, s.21

⁶⁷ Foucault M. (1977): Archeologia wiedzy, przeł. A. Siemek, Warszawa, s.77

⁶⁸ Foucault M. (2002): Porządek dyskursu: wykład inauguracyjny wygłoszony w College de France 2 grudnia 1970, przeł. M. Kozłowski, Gdańsk, s. 7

⁶⁹ Foucault M. (2002): Porządek dyskursu: wykład inauguracyjny wygłoszony w College de France 2 grudnia 1970, przeł. M. Kozłowski, Gdańsk, s. 26

wypowiadania się (style, modalności) indywidualnych podmiotów (członków wspólnoty dyskursywnej), którzy są determinowani przez reguły dyskursu, a także punkty widzenia innych podmiotów tej wspólnoty.⁷⁰ W praktykach dyskursywnych ujawnia się zarówno podmiot, jego zakotwiczenie społeczno-kulturowe, jego intencje i kompetencje komunikacyjne, jak i teksty jako ich realizacje. Analiza kampanii, która zostanie wykonana w tej pracy, będzie służyła ujawnieniu wspomnianych elementów, a tym samym zobrazuje praktyki dyskursywne. Uznano, że są one celowościowe, dlatego określiłam je w tytule jako „zaprojektowane”.

Reasumując, praktyki dyskursywne rozumiem przede wszystkim jako reguły wytwarzania, organizacji, ale też kontroli dyskursu. Dokonując ich charakterystyki brałam pod uwagę wyeksponowanie tych elementów, które mogą okazać się użyteczne w podejmowanych przeze mnie badaniach empirycznych. Sądzę, że opisanie praktyk dyskursywnych kampanii zweryfikuje wiedzę na temat tego, jak aktorzy dyskursu policyjnego realizują wybrany jego wycinek, ściśle ukierunkowany, choć dający strategicznie większe możliwości niż inne obszary dyskursu policyjnego.

2.5. Rodzaje dyskursów

Punktem wyjścia do opisu rodzajów dyskursów jest będący obiektem badań w tej pracy dyskurs policyjny jako zbiór dyskursywnych praktyk, w których biorą udział reguły dyskursu: instytucjonalnego, urzędowego, publicznego, medialnego, dyskursu o bezpieczeństwie. W rozprawie nawiązuję także do tych odmian, które wokół dyskursu policyjnego tworzą mniejsze skupiska. Mam tutaj na myśli dyskurs: publiczny – lokalny, autopromocyjny oraz autoprezentacyjny. Do szczegółowego opisu samego już dyskursu policyjnego, a także próby jego zdefiniowania wrócę w dalszej części pracy, ale już teraz zwracam uwagę, iż wpływ na moja perspektywę badawczą mają ustalenia Teuna van Dijka, który podkreślił „the notion of "police discourse" is too big and vague”.⁷¹ Mam również na uwadze przyzwolenie Stanisława Grabiasa „dyskurs jest zdarzeniem komunikacyjnym, rodzajem interakcji społecznej, dokonującej się przy udziale języka. (...) jest złożonym układem komunikacyjnym, służącym

⁷⁰ Grzmil – Tylutki G. (2010): Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy. Kraków, s.11

⁷¹ Cytat pochodzi z prywatnej korespondencji mailowej, którą otrzymałam od prof. Teuna van Dijka z 2 marca 2023.

interakcji i realizowaniu założonych celów. Jego kształt zależy od relacji między uczestnikami dyskursu, ich predyspozycjami mentalnymi i psychicznymi, celów komunikacji, systemów wartości, przekonań, czasu i miejsca, poruszanej tematyki oraz konwencji gatunkowych. Uwzględnienie tu wykazanych zjawisk kulturowych, psychofizycznych, społecznych i języka jako „semiotycznego systemu rządzącego się swoimi prawami”.⁷² Kierują mną słowa Magdaleny Lisowskiej – Magdziarz: „dyskursy w praktyce społecznej mogą łączyć się, krzyżować i przenikać”.⁷³

Opis interpretacji oraz rozumienia przywołanych tutaj kategorii sporządę dla każdej z osobna, co pozwoli określić bazy zawierające zbiory aksjomatów, odnoszących się do dyskursu policyjnego. Jak już wspomniałam, każdy z nich co prawda realizuje odrębny cel komunikacyjny, ale jest on na tyle racjonalny, że zrozumiały dla dyskursu policyjnego. A więc nie tylko o sam opis poszczególnych kategorii tutaj chodzi, ale o ukazanie relacji zachodzących pomiędzy nimi. Przyjrzyjmy się zatem bliżej wymienionym komponentom. Inspiracją dla tego rozdziału, a także punktem wyjściowym w opisie rodzajów dyskursów, stał się artykuł Bożeny Witosz *Czy potrzebne nam typologie dyskursu?*⁷⁴ Badaczka na zadane w tytule pytanie odpowiada twierdząco. Uzasadnia także konieczność systematyzacji, podkreślając potrzebę uwzględnienia hybrydyzacji w modelach stratyfikacyjnych. Typologie dyskursu traktuje jako: „narzędzie rozumienia rzeczywistości komunikacyjnej przez konstruowanie jej obrazu, a nie jako odsłanianie porządku zastanego, tego, który w świecie realnym już jakoby istnieje”.⁷⁵ Zwraca także uwagę, iż: „Klimat ponowoczesności, w której obwieszczone dominację praktyki nad teorią, nie sprzyja podejmowaniu nowych działań systematyzacyjnych, a równocześnie zastane modele klasyfikacji „dyskursowego świata” poddaje się ostremu osądowi, który, w skrajnej wersji, kończy się propozycją odrzucenia wszelkich prób stratyfikacji”.⁷⁶ Autorka nawiązuje do *pojęciowej mapy*, która niczym nawigacja ma ułatwiać poruszanie się w mnogości problematyki związanej z dyskursem. To według badaczki: „konieczność, zwłaszcza w dobie współczesnej, gdy koncentrowanie się na oglądzie konkretnych zachowań komunikacyjnych doprowadziło do pluralizacji perspektyw ich interpretacji”.⁷⁷ Konstrukcja *pojęciowej mapy*, o której pisze Witosz, przebiegać ma w sposób, w którym: „poszczególne

⁷² Grabias S. (1994): Język w zachowaniach społecznych. Lublin, S.264

⁷³ Lisowska – Magdziarz M.(2006): Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s.14

⁷⁴ Witosz B.(2016): Czy potrzebne nam typologie dyskursu? W: Dyskurs i jego odmiany (red.) Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. , Katowice

⁷⁵ tamże, s. 22

⁷⁶ tamże,

⁷⁷ tamże,

punkty (odmiany dyskursów) byłyby odpowiednio umiejscowione i połączone różnymi liniami z pozostałymi(...)Zaznaczone na mapie punkty (warianty dyskursów) dzięki metodzie porównywania, zestawiania podobieństw i odmienności, różnicowania perspektyw oglądu zyskują pełniejszą konceptualizację”.⁷⁸ Reprezentacja w postaci mapy (sieci) zdaniem autorki, jest niezbędną ramą interpretacyjną skomplikowanych praktyk komunikacyjnych. Witosz przypomina najczęściej stosowane kryteria podziału dyskursu wymieniając:

- „kryterium instytucjonalne/domeny społecznej (dyskursy: akademicki, urzędowy, naukowy, polityczny, edukacyjny, prawniczy, medyczny, Kościoła katolickiego itp.);
- kryterium podmiotowe, wskazujące na uczestników/aktorów dyskursu (dyskursy: gejojski, punkowy, złodziejski, kobiecy);
- kryterium ideologiczne (dyskursy: liberalny, marksistowski, lewicowy, konserwatywny, feministyczny, neofaszystowski, rasistowski, antysemicki, nacjonalistyczny, ekologiczny);
- medium przekazu (dyskursy: prasowy, internetowy, telewizyjny, fotografii, malarstwa, tańca, pisma itp.);
- kryterium międzypodmiotowych relacji (dyskursy: patriarchalny, dominacji, koncyliacyjny, wykluczenia, egalitarny, tolerancji itp.);
- kryterium odniesień przedmiotowych, tematu (dyskursy: smoleński, ekologiczny, antyaborcyjny, o in vitro itp.)”⁷⁹

Wyodrębnianie dyskursów ciekawie opisuje van Dijk. Badacz zwraca uwagę iż, jesteśmy w stanie dokonać tego i zidentyfikować dyskurs, w przypadku gdy rozpatrujemy interakcję, albo zdarzenie komunikacyjne, bo wiemy, gdzie jest jego początek i koniec. Autor podkreśla jednak, iż zdarzają się bardziej skomplikowane sytuacje, mniej oczywiste, w którym zidentyfikowanie dyskursu może przysporzyć trudności. Daje także wskazówki, w jaki sposób rozwiązać takie komplikacje: „potrzebujemy teoretycznych pojęć, które zdefiniują początek i koniec tekstu oraz wypowiedzi, spójność i koherencję komunikatu, relacje intertekstualne między różnymi dyskursami, intencje nadawcy, okoliczności, czas, miejsce i inne aspekty kontekstu komunikacyjnego”.⁸⁰ Van Dijk zwraca uwagę na dwa kryteria typologii dyskursu: oralność oraz grafemiczność. Ich zadaniem jest określenie zestawów lub klas różnych odmian

⁷⁸ tamże, s. 23

⁷⁹ tamże, s. 23

⁸⁰ van Dijk T.A. (2001): *Badania nad dyskursem W: Dyskurs jako struktura i proces*, van Dijk T.A. (red.), Warszawa, s. 13

tekstów. Połączenia takich kryteriów mogą być zastosowane do zdefiniowania „naturalnych” typów dyskursów, czyli gatunków mowy (*genres*).⁸¹

Grupy kolokacji, w których ten leksem występuje odtwarza Brzozowska wyróżniając:

- „dyskurs jakiś (narracyjny, naukowy, taneczny, filozoficzny, miłosny, edukacyjny, ponowoczesny, obywatelski, publiczny, religijny, społeczno-polityczny, staropolski, medialny, feministyczny, genderowy);
- dyskurs w czymś (w socjologii, w literaturze, w dydaktyce);
- dyskurs o czymś (o kulturze, o racjonalizmie, o spotkaniu);
- dyskurs z czymś (z filozofią);
- dyskurs czegoś (wiadomości prasowych);
- dyskurs nad czymś (nad rolą)”⁸²

Dodatkowo autorka zwraca uwagę, iż mamy: „coś w dyskursie (jakimś) (analiza tekstu, kultura, punkt widzenia), a także coś dyskursu (anatomia, gramatyka, porządek, teoria, perspektywy, odmiany)”⁸³. Ponadto leksem ten jest łączony z innymi dziedzinami w kolokacji „dyskurs i coś (archeologia, krytyka)”⁸⁴. Brzozowska pisze: „Popularne stało się też używanie dyskursu w liczbie mnogiej. Mamy więc: dyskursy jakieś, czyjeś (literaturoznawcze, edukacyjne, nieobecne, krytyczne, polskie, publiczne, możliwe, miłosne, o spotkaniu, romantyków) oraz teorie dyskursów”⁸⁵.

W oparciu o materiał badawczy tej rozprawy, i jej główny temat, a więc zaprojektowane praktyki dyskursywne policyjnej kampanii „Nie reagujesz-akceptujesz”, już teraz zaznaczam, iż dyskurs policyjny postrzegam jako zbiór przenikających się dyskursów. Swoją uwagę zatem w pierwszej kolejności koncentruję na wspomnianym zbiorze, aby w efekcie końcowym przyjrzeć się dokładnie dyskursowi policyjnemu. Przyjmuję taką kolejność mając na uwadze spostrzeżenia Cassirera: „ażeby odkryć związki jakiegoś przedmiotu z innymi przedmiotami, musimy mieć o nim ogólne pojęcie i rozważyć go

⁸¹ tamże, s. 15-16

⁸² Brzozowska D. (2014): Dyskurs i jego kolokacje W: Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem W: Dyskurs w perspektywie akademickiej, Materiały z międzynarodowego okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r., Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn, s. 13

⁸³ tamże,

⁸⁴ Tamże,

⁸⁵ Tamże,

z różnych punktów widzenia”.⁸⁶ Zanim jednak zacznę przegląd wspomnianych dyskursów, zwracam uwagę na typologię. Witosz pisze, iż jest ona: „modelem uwzględniającym zarówno przenikliwość granicy wyodrębnionych typów, jak i specyfikę ich współistnienia w szerszym kontekście kulturowym. Relacja współistnienia zakłada bowiem nie tylko ‘istnienie jednocześnie z kimś lub czymś’, ale także wzajemne przenikanie, przepływ i co z tego wynika — wzajemne zapożyczanie znaków oraz znaczeń, poddawanie ich zabiegom rekontekstualizacji i redefinicji”.⁸⁷ Z kolei elementy je wyróżniające, nie wykluczają swojej obecności właśnie w tym dyskursie. Ich udział, jak pisze Witosz: „ma charakter aspektowy”, a „Komponentem różnicującym poszczególne odmiany dyskursu jest więc nie tyle określony repertuar pojęć, ile ich aspektowe widzenie (profile)”.⁸⁸ Ich charakterystyczną cechą jest to, że związane są siecią przecinających się powiązań, a każdy ze swojej natury, w mniejszym lub większym stopniu, jest złożony i wielowymiarowy. Przyjmuję taką perspektywę zgodnie z tym, co sugeruje Witosz, a o czym już wspomniałam: „Trudno bowiem założyć istnienie jakiegokolwiek typu dyskursu, którego nie charakteryzowałyby pozostałe wyznaczniki. Przyjrzyjmy się na początek dyskursowi instytucjonalnemu.

2.5.1. Dyskurs instytucjonalny

Koniecznym kontekstem do wypracowania miejsca dla dyskursu policyjnego jest dookreślenie dyskursu instytucjonalnego. Z powodów oczywistych – instytucjonalności społecznej policji. Thorstein Veblen twierdził, że „instytucja jest czymś w rodzaju zwyczaju, który stał się w sposób oczywisty niezbędny oraz powszechnie akceptowany. Przypuszczalnie fizjologicznym odpowiednikiem byłby którykolwiek z tych powszechnych nałogów, które obecnie przykuwają uwagę ekspertów w kwestii trzeźwości”.⁸⁹ Veblen podkreślał w swoich pracach, że instytucja jest „utrwalonym zwyczajem myślenia wspólne dla ogółu ludzi”.⁹⁰ W zacytowanych przykładach jawi się cecha instytucji, gdzie ludzie dobrowolnie narzucają sobie pewne ograniczenia, w efekcie tworząc pewnego rodzaju przyzwyczajanie w sposobie myślenia. Ciekawie instytucję definiuje John R. Commons, pisząc, że to: „działanie zbiorowe w celu kontroli działań indywidualnych. Działania zbiorowe obejmują wszystko od

⁸⁶ Cassirer E. (1977): Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury. Przeł. A. Staniewska. Wstęp B. Suchodolski. Warszawa. s. 115

⁸⁷ Witosz B. (2016): Czy potrzebne nam typologie dyskursu? W: Dyskurs i jego odmiany, red. E. Ficek, K. Sujkowska-Sobisz, B. Witosz, Katowice, s.23

⁸⁸ Tamże,

⁸⁹ Veblen T. (1924): Absentee Ownership and Business Enterprise in Recent Times: The Case of America, London: George Allen & Unwin, s. 101

⁹⁰ Klimczak B. (2006): Wybrane problemy i zastosowania ekonomii instytucjonalnej, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław, s. 28

niezorganizowanych zwyczajów po wiele zorganizowanych i dobrze funkcjonujących organizacji, takich jak rodzina, przedsiębiorstwo, (...)związki zawodowe, system rezerw federalnych, (...) państwo (...). Działanie zbiorowe jest nawet bardziej uniwersalne w niezorganizowanej formie zwyczaju niż w zorganizowanej formie przedsiębiorstw. Jednak nawet dobrze funkcjonująca organizacja jest również zwyczajem”.⁹¹ Ze współczesny ujęć instytucji, najczęściej przytaczana w literaturze jest definicja Northa, który pisze: „instytucje są regułami gry w społeczeństwie lub, bardziej formalnie, są one obmyślonymi przez ludzi ograniczeniami, które kształtują ich wzajemne oddziaływanie na siebie”.⁹² Autor zwraca uwagę na pozytywną cechę instytucji, jako tej, która ogranicza niepewność, po przez wprowadzenie pewnych wzorców, schematów do codzienności, co w rezultacie staje się wzorem ludzkich interakcji. Na tej podstawie Kuder stwierdza, że: „celem instytucji jest ukierunkowanie zachowania jednostki. Tak długo jak dana instytucja realizuje ten cel, tak długo kształtuje wzorce codziennych działań i przez to zmniejsza niepewność”.⁹³ Pozostając przy refleksjach poczynionych przez autorkę, w odniesieniu do instytucji jako kategorii społecznej, na uwagę zasługuje ujęcie socjologiczne tego zjawiska, które: „traktuje instytucję społeczną jako regularność w społecznych zachowaniach, która jest akceptowana przez wszystkich członków społeczeństwa i która determinuje zachowania w ściśle określonych powtarzających się sytuacjach. Instytucja społeczna zawiera mechanizm samokontroli, albo jej przestrzeganie wymaga kontroli zewnętrznej władzy”.⁹⁴ W takim postrzeganiu instytucji społecznej uwaga została skoncentrowana na czterech cechach: regularności powtarzalności, samokontroli oraz kontroli. Ale to nie jedyne właściwości, które ją charakteryzują. W tym miejscu, mając na uwadze kategorię dyskursu instytucjonalnego, za Rutkowskim, przedstawiam kilka istotnych cech instytucji:

- „opierają się na władzy, ich istnienie jest z nią nierozzerwalnie związane;
- niwelują zwykłe, indywidualne „codzienne mówienie”, wprowadzając konieczność podporządkowania się biurokratycznemu porządkowi komunikacyjnemu;

⁹¹ Commons J.R. (1934): *Institutional Economics*, Macmillian, New York, s. 69–70, 72

⁹² North D.C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, New York, s.3

⁹³ Kuder D.: Pojęcie instytucji w teorii ekonomii dostęp online:

<https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/0961e17a-64fd-4ed6-86a0-949cda6c5c1b/content>
dostęp 10.04.2023

⁹⁴ tamże, s.87, por. także Schotter A. (2008): *The Economic Theory of Social Institutions*, Cambridge University Press, Cambridge, s. 11.

- przymus nowego porządku komunikacyjnego nie musi opierać się na sile, lecz może być wynikiem współpracy, negocjacji i konsensusu społecznego (w tym zwłaszcza procesu naturalizacji jako realizacji);
- w nowym porządku komunikacyjnym instytucje zajmują pozycję dominującą;
- istotą dominacji i władzy instytucji jest możliwość regulowania i kształtowania życia społecznego i życia jednostek oraz wpływania na nie⁹⁵

W obrębie instytucji wytwarzany i podtrzymywany jest binarny oraz asymetryczny podział ról — są to eksperci (inaczej nazywani przedstawicielami instytucji) oraz nieeksperti. Ci pierwsi tworzą instytucję i są społecznie wkomponowani w odpowiedni jej organ, drudzy zaś — okreśłani też mianem klientów — muszą się podporządkować normom i porządkowi władzy instytucji.⁹⁶ Malinowska dodaje, iż: „relacje zachodzące między podmiotami są hierarchiczne, przy czym to decydent tj. instytucjonalny uczestnik ma wyższą pozycję”.⁹⁷

2.5.2. Dyskurs urzędowy

Dyskurs urzędowy to sfera komunikowania oficjalnego. Na jego współczesną formę w polskiej przestrzeni publicznej – „zarówno jego odmianę prawną, administracyjną, jak i kancelaryjną – silny wpływ ma europejska kultura prawna”, na co uwagę zwraca Malinowska. Autorka podkreśla także, że jego charakterystyczną cechą jest to, odbywa się w ramach instytucjonalnych, a do jego słabych punktów można zaliczyć fakt, iż „jest bardzo wrażliwy na czynniki zewnątrzjęzykowe”.⁹⁸ Jeśli chodzi o samo kształtowanie się dyskursu urzędowego (współcześnie w Polsce), to wpływ na jego formę ma kontekst komunikacyjno – kulturowy oraz kultura anglosaska, zwłaszcza po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Ewa Malinowska uznaje, że: „(...) w latach dwutysięcznych obserwuje się proces zmiany relacji nadawczo-odbiorczych w dyskursie urzędowym. Obserwowana dotychczas nierównorzędność ról, dominacja instytucjonalnego uczestnika działania powoli jest wypierana. Obserwujemy proces zmiany: obywatel petent staje się coraz częściej klientem działań administracji, niekiedy nawet beneficjentem (...) Z pokornego petenta (...) obywatel staje się wymagającym klientem

⁹⁵ Rutkowski M. (2016): Dyskurs urzędowy w ramach dyskursu instytucjonalnego W: Dyskurs i jego odmiany. Ficek E., Sujkowska-Sobisz K., Witosz B. (red.), Katowice, s.43-44

⁹⁶ tamże s. 44

⁹⁷ Malinowska E. (2016): Dyskurs instytucjonalny w Polsce – dobre i złe praktyki komunikacyjne. W: Res Rhetorica 3; s.33

⁹⁸ Malinowska E. (2016): Dyskurs urzędowy we współczesnej polskiej przestrzeni publicznej W: Dyskurs w aspekcie porównawczym, Charciarka A., Zych A., Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice s.134,146

(...) świadomym swoich praw. Jednak zmiany te są wciąż zbyt powolne, by mówiąc o przełamaniu stereotypu urzędnika – z władcy biurokraty na przewodnika w gąszczu przepisów i procedur, urzędnika kompetentnego i życzliwie udzielającego niezbędnych informacji”.⁹⁹ Interesująco dyskurs urzędowy postrzega Rutkowski, pisząc, że: „to przede wszystkim dyskurs pisma”.¹⁰⁰ Przewagę form komunikowania pisemnego autor tłumaczy uwarunkowaniami praktycznymi i przede wszystkim prawno – administracyjnymi konsekwencjami, które są efektem działań komunikacyjnych”.¹⁰¹ Badacz zwraca uwagę, iż : „Akty komunikowania ustnego, zwłaszcza w ramach gatunku rozmowy urzędowej, stanowią jedynie uzupełnienie tego podstawowego dla administracji, pisemnego sposobu (re)produkowania dyskursu. Kontekstu wypowiedzi pisemnych nie da się jednak (i nie powinno się) pominąć, a niektóre wykładniki stylu, wypracowane i utrwalane w komunikacji pisanej, w znacznym stopniu rzutują także na jakość języka mówionego”.¹⁰² Kanoniczne teksty pisane dyskursu urzędowego to: zarządzenia, instrukcje, obwieszczenia, podania, regulaminy, uchwały. Charakterystyczną cechą ich stylu jest: dyrektywność, bezosobowość, dążenie do precyzji oraz standaryzacja. Urzędowa odmiana języka wiąże się z użyciem specjalistycznego słownictwa. Podsumowując, warto jeszcze raz podkreślić, iż dyskurs urzędowy (administracyjny) funkcjonuje w ramach dyskursu instytucyjnego. Wpływ na to ma fakt, iż mimo mnogości instancji nadawczych, jednym z jego podmiotów jest zawsze instytucja.

2.5.3. Dyskurs publiczny

Termin *dyskurs publiczny* należy do kluczowych w naukach humanistycznych, i tak jak dyskursu *sensu largo*, używany jest na wiele sposobów, bywa, że co raz mniej precyzyjnie stosowany jest też do określania dowolnie dłuższej wypowiedzi lub tekstu. Balczyńska – Kosman pisze: „W języku naukowym akcentuje się jego wpływ na kształtowanie się interakcji w społeczeństwie, co szczególnie znalazło odzwierciedlenie w koncepcji Habermasa”.¹⁰³ Poglądy tego niemieckiego filozofa zostały już w tej pracy ukazane, jednak za Morawskim, przypomnijmy, że chodzi tutaj o traktowanie dyskursu jako bardziej założenia niż rzeczywistego faktu społecznego, który odnosi się do sposobu funkcjonowania konkretnego

⁹⁹ Malinowska E. (2013): Kulturowe konteksty dyskursu urzędowego, W: Stylistyka XXII, s. 469

¹⁰⁰ Rutkowski M.(2016): Dyskurs urzędowy w ramach dyskursu instytucjonalnego, W: Dyskurs i jego odmiany, Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s.52

¹⁰¹ tamże,

¹⁰² tamże,

¹⁰³ Balczyńska – Kosman A.(2013): Język dyskursu publicznego w polskim systemie politycznym, s. 143 <https://doi.org/10.14746/ssp.2013.2.08> dostęp 28.02.2023

społeczeństwa.¹⁰⁴ W swoich rozważaniach, za Laskowską, przyjmuję: „że w dyskursie publicznym częściej pojawiają się tematy związane z życiem zbiorowym niż z życiem jednostek, sam temat jednak nie wyznacza w sposób decydujący granic dyskursu publicznego”.¹⁰⁵ Autorka wskazuje cele dyskursu, występujące w porównywalnym stopniu, do których zalicza trzy grupy: „informacyjno – weryfikacyjnej, wartościująco – emotywniej oraz behawioralnej”.¹⁰⁶ Sfera publiczna, jak pisze Ostolski pisze: „jest przedmiotem dwoistym. Jest, po pierwsze, rzeczywistością liberalno-demokratycznego świata, czymś zawsze niedoskonałym i kruchym, wymagającym ulepszenia i ochrony. Ale też, po drugie, jest ideałem tego świata i jego miarą, być może nieosiągalną, lecz wyznaczającą kierunek możliwego postępu. Rzeczywistość jest nakierowana na ideał, a ideał jest realnym składnikiem tej Rzeczywistości”.¹⁰⁷

Czyżewski, Piotrowski i Kowalski zwracają z kolei uwagę, iż dyskurs publiczny sytuowany jest w opozycji do dyskursu prywatnego i wiąże się go z wszelkimi formami komunikacji zaistniałymi w przestrzeni publicznej.¹⁰⁸ Autorzy definiują go jako: „całokształt przekazów znajdujących się w społecznym obiegu”.¹⁰⁹ Jego przedmiotem jest więc sfera publicznego komunikowania się, a w jej obrębie znajdują się przekazy polityczne, instytucjonalne, medialne oraz także praktyki komunikacyjne różnych wspólnot kulturowych i ideologicznych. Siuciak zwraca uwagę na to, co jest ważne w definiowaniu dyskursu publicznego: „wielość instancji nadawczych, wielogłosowość, istnienie odbiorcy zbiorowego i zamierzonego oraz ogromne zróżnicowanie gatunkowe i tematyczne, wynikające z dużej liczby dziedzin, w których porozumiewanie się ma wymiar społeczny, wspólnotowy”.¹¹⁰ Czyżewski w monografii *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego* pojęcie *dyskurs publiczny* traktuje jako kategorię nadrzędną w stosunku do dyskursu polityki i dyskursu politycznego, zaliczając do niego wszelkie przekazy dostępne publicznie: dyskursy

¹⁰⁴ Por. Morawski L. (1988): *Argumentacje, racjonalność prawa i postępowania dowodowe*, Toruń s. 94–95

¹⁰⁵ Laskowska E. (2016) *Style dyskursu publicznego*

https://www.ukw.edu.pl/jednostka/elzbieta_laskowska/artykuly/str/0 dostęp 28.02.2023

¹⁰⁶ tamże,

¹⁰⁷ Ostolski A. (2013): *Dyskurs u władzy. Filozofia polityczna Michaela Foucaulta* W: *Etyka* nr 36, s. 159

¹⁰⁸ Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A. (red.), 2010: *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*. Warszawa s. 20

¹⁰⁹ tamże, s. 21

¹¹⁰ Por. Siuciak M. (2016): *Dyskurs publiczny w perspektywie diachronicznej* W: *Dyskurs i jego odmiany*, Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. (red.), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 350

instytucjonalne, prowadzone przez instytucje pełniące usługi publiczne, dyskursy związane z określonymi grupami społecznymi oraz dyskursy medialne.¹¹¹

Pozostając na moment przy wspomnianej sferze publicznej, a także sferze publicznego komunikowania się (w odniesieniu do Polski), za Weryńskim, zwracam uwagę, iż przedmiot ten zbudowany jest na dwóch systemach wartości obywatelskich: liberalnym i republikańskim. Warunkują go dwa historycznie zakorzenione, opozycyjne, ale uzupełniające się dialektycznie, systemy ideowe oraz będące ich konsekwencją habitusy obywatelskie. Te dwa systemy wartości zdominowały dyskurs publiczny. Jak pisze autor: „spetryfikowały zarówno jego struktury podmiotowe (rodzaj uczestników), jak przedmiotowe (zakresy tematyczne) na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, narzucając własne narracje ideologiczne, tym samym marginalizując znaczenie idei i narracji odmiennych”.¹¹² Zaznaczyć tutaj trzeba, że w kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, mówimy nie o centralnej sferze publicznej, a o lokalnym odpowiedniku dyskursu publicznego. Przedsięwzięcie to jest bowiem skierowane do mieszkańców województwa śląskiego. Docelowo chodzi więc o społeczność lokalną, co nie wyklucza możliwości odbioru na poziomie centralnym. Artykułowane przez twórców kampanii „budowanie systemu bezpieczeństwa”, pozwala na włączenie do „gry interesów” każdego mieszkańca Polski, każdego Europejczyka, właściwie każdego mieszkańca globu, choć w założeniu nie są oni grupą docelową tego przedsięwzięcia. A mimo tego, żaden z nich nie jest pozbawiony wpływu nań, bo przecież każda osoba, bez wyjątku, może przyczynić się do poprawy bezpieczeństwa. Nie mam tutaj na myśli zglobalizowanego rozpowszechniania założeń kampanii, lecz jego zlokalizowane przyswajanie. Pojawiający się tutaj dyskurs lokalny jest pochodną dyskursu publicznego. Powstał on w wyniku medialnego umasowienia. Z tak pojętej kategorii, jak twierdzi Nijakowski, użytkownicy języka przyswajają leksykę, rodzaje argumentacji, źródła legitymizacji postaw własnych, szczególnie w sytuacji, gdy nadawcami komunikatów są autorytety, liderzy lokalni czy eksperci. Oni ogniskują wokół siebie i swoich argumentów opinię innych.¹¹³

Jeśli chodzi o same badania nad dyskursem publicznym w Polsce, to od 1989 roku prowadzone są przez językoznawców i socjologów, medioznawców, kulturoznawców, historyków,

¹¹¹ Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A. (red.), 2010: Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego. Warszawa s. 21

¹¹² Weryński P. (2016): Aksjologiczne bariery w rozwoju sfery publicznej. Studium lokalnego dyskursu publicznego W: Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 98, s. 196

¹¹³ Nijakowski L.: Analiza dyskursu na temat mniejszości narodowych i etnicznych w polskich miastach, s. 12 www.racjonalista.pl/kk.php/s,4820, dostęp 31.11.2014

politologów, a także badaczy retoryki. Naukowcy w swoich monografiach zwracają uwagę na dyskurs publiczny nawiązujący do II Rzeczypospolitej, okresu PRL – u oraz III Rzeczypospolitej. Nie pomijają także dyskursu publicznego o: sprawach zagranicznych i międzynarodowych, Unii Europejskiej, wizerunków innych krajów, wydarzeniach zagranicznych w polskich mediach. Nie brakuje także porównawczych analiz polskiego dyskursu publicznego z dyskursami innych krajów. Na uwagę zasługuje kilka publikacji po 1989 roku, które dotyczyły zarówno okresów wcześniejszych, jak i współczesnych w odniesieniu do dyskursu publicznego, wewnętrznego (o Polsce). Warto wspomnieć o książce Kamińskiej – Szmaj *Judzi, zozydza, ze czci obdziera. Język propagandy politycznej w prasie w 1919–1923*.¹¹⁴ W tej publikacji pochodzącej z 1994 roku autorka analizuje strategie zachowań językowych wobec przeciwnika politycznego, środki językowo – stylistyczne w tekstach propagandowych oraz posługiwanie się stereotypami „żyda”, „bolszewika” i „faszysty”, a także karykatury polityczne. Nie sposób pominąć *Raportu o stanie komunikacji społecznej w Polsce. Sierpień 1980–13 grudnia 1981* pod redakcją Pisarka, gdzie autor skoncentrował uwagę na kontekście społeczno – politycznym tego okresu przedstawiając wyniki badań tematyki poruszanej wówczas w mediach, a także stopnia krytyczności nagłówków w prasie wobec polityki władz.¹¹⁵ Na uwagę zasługuje także *publikacja Odmiany dyskursu. Semiotyka życia publicznego w Polsce po 1989 roku* autorstwa Klocha, który rozszerza pojęcie dyskursu publicznego tak, że obejmuje ono również kulturę masową i potoczność. Autor zwraca uwagę na obecność wulgaryzmów, wpływ języka potocznego na dyskurs publiczny, pisząc: „to nie język elit kształtuje style publicznego wypowiedzania się, ale zwyczaje ulicy, żywioły potoczności przenikają do dyskursu publicznego, gdzie się zresztą z łatwością zadomawia”.¹¹⁶ Z nowszych publikacji, w odniesieniu do tematyki niniejszej rozprawy, zwracam uwagę na monografię z 2013 roku *Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa. Rzecz o polskiej Policji* Stawnickiej, gdzie w jednym z podrozdziałów autorka opisuje pionierski projekt badawczy *Kreowanie dyskursu publicznego poprzez organizowanie debat ze społeczeństwem przez polską Policję (komunikacja zewnętrzna jako jedna z funkcji nowoczesnego zarządzania w Policji)*. Stawnicka wyjaśnia cel tego przedsięwzięcia, którym jest: „wskazanie roli debat społecznych w kształtowaniu świadomości obywatelskiej

¹¹⁴ Kamińska-Szmaj I. (1994:) *Judzi, zozydza, ze czci obdziera. Język propagandy politycznej w prasie w 1919–1923*, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław

¹¹⁵ Pisarek W. (2007): *Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce. Sierpień 1980 – 13 grudnia 1981*, Universitas, Kraków,

¹¹⁶ Kloch Z. (2006): *Odmiany dyskursu. Semiotyka życia publicznego w Polsce po 1989 roku*, Fundacja na rzecz Nauki Polskiej, Wrocław, s. 116

w zakresie szeroko rozumianego bezpieczeństwa i włączenie obywateli do działań zapewniających bezpieczeństwo”.¹¹⁷ W odniesieniu do przedmiotowego dyskursu, autorka wskazuje na zasadność przeprowadzenia kursu dla funkcjonariuszy Policji z zakresu jego kreowania. Program takiego kursu miałby się składać z pięciu głównych tematów, gdzie uwaga kursantów zostałaby zwrócona na m.in: „techniki erystyczne, np. absolutyzowanie tezy relatywnej przeciwnika, zwlekanie z ujawnieniem wniosku płynącego z przesłanek, stosowanie twierdzeń fałszywych, ale akceptowanych przez przeciwnika, błędne koło, taktyka zapytań, zwlekanie z przedstawieniem tezy, etykietowanie, teza – antyteza, utożsamianie tezy bardziej kontrowersyjnej z mniej kontrowersyjną, wskazywanie niekonsekwencji w myśleniu przeciwnika”.¹¹⁸

2.5.4. Dyskurs medialny

W *Analizie tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów* Lisowska – Magdziarz odnosi się do dyskursu medialnego szczegółowo, pisząc, że to: „zespół sposobów celowego, nieprzypadkowego używania języka do komunikowania informacji, opinii, wartości, koncepcji, poglądów mediów na różne tematy”.¹¹⁹ Sześć lat później, wyłania się obraz dyskursu medialnego, jako zdeteminowanego sposobu transmisji danych, o czym pisze Bożena Brzostowska: „Branie pod uwagę formy transmisji oznacza rozważania na temat mediów. Wówczas badacze zjawisk dyskursywnych otrzymują nowy obiekt zainteresowania: dyskurs medialny”.¹²⁰ W tym samym roku Maciej Kawka w monografii *Sześć dyskursów o języku*, gdzie zwraca uwagę, iż: „dyskurs medialny jest prowadzony w mediach lub za pośrednictwem mediów. Jest wyodrębniony na podstawie udziału środków masowego przekazu w aktach komunikowania. Te są realizowane w sposób zapośredniczony, jednostronny, jednokierunkowy, pozbawiony kontekstu, wymagający od odbiorcy ciągłych zabiegów rekontekstualizacyjnych”.¹²¹ Ten sam autor w 2014 roku pisze, iż istotą dyskursu medialnego jest: „(...)to, by zaistnieć poprzez media”(…) Media, stopniowo uniezależniając się od swojego twórcy, kreatora-nadawcy, powołują do życia własne byty, odnoszące się wyłącznie do nich samych, dyskursy medialne”.¹²² Opracowaniem pojęcia dyskurs medialny

¹¹⁷ Stawnicka J. (2013): Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa. Rzecz o polskiej Policji, Katowice, s. 67

¹¹⁸ tamże, s. 72

¹¹⁹ Lisowska-Magdziarz M. (2006a): W *Analizie tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, s. 8

¹²⁰ Brzostowska B. (2012): Dyskurs medialny w najnowszej refleksji metodologicznej (recenzja tomu:

Wodak R., Krzyżanowski M., red., 2011: Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych.

Warszawa). „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” VIII, s. 216 online:

<http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/19-cz-4-recenzje-brzostowska.pdf> dostęp 03.03.2023

¹²¹ Kawka M. (2012): *Sześć dyskursów o języku*. Skopie, s. 36

¹²² Kawka M. (2014): O badaniu języka dyskursu medialnego W: *Media i Społeczeństwo* 4, s.169-170

w 2013 roku zajęła się Urszula Żydek – Bednarczuk, pisząc: „Dyskurs medialny należy do określonego typu społecznej praktyki komunikacyjnej. Ma bowiem swoją instytucjonalność, ideologię i władzę oraz społeczność korzystającą ze środków masowego przekazu”.¹²³ Autorka postuluje jednocześnie za osadzeniem w nim dyskursu internetowego (elektronicznego), mając na uwadze szerszy kontekst badawczy. Loewe w tym samym miejscu proponuje deskryptywną definicję przedmiotowego dyskursu: „dyskurs medialny to taki typ jednokierunkowej komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, którego nadawca jest zinstytucjonalizowany i próbuje uczynić swój przekaz interaktywnym, odbiorcą jest zaś publiczność (audytorium). Przekaz wymaga urządzeń nadawczo-odbiorczych, jego cechą jest postępująca ikonizacja. Celem nadawcy jest ukierunkowanie społecznej uwagi i kształtowanie poglądów swej publiczności”.¹²⁴ O dyskursie medialnym piszą także Joanna Dobosiewicz i Krystyna Pieniążek-Marković w dziewiątym numerze „Poznańskich Studiów Sławistycznych” z 2015 roku, podkreślając, iż wpisuje się on w pojęcie dyskursu publicznego, ponieważ teksty i wystąpienia kierowane do szerokiego grona odbiorców są często rejestrowane za pomocą środków masowego przekazu.¹²⁵ Na uwagę zasługuje także definicja zaproponowana przez Skowronka, który określa dyskurs medialny w następujący sposób: „definiuję jako zdarzenie komunikacyjne determinowane określoną technologią medialną (funkcjonującą w historycznych, społecznych, kulturowych, ideologicznych oraz odbiorczych kontekstach), którego immanentną częścią jest wymiar werbalny, czyli odpowiednie dla danego przekazu realizacje i zachowania językowe. Inaczej ujmując, dyskurs medialny, w swym szerokim znaczeniu, byłby medialnie motywowaną formą użycia języka, funkcjonującą jako ukontekstowana praktyka komunikacyjna realizowana za pomocą masowych mediów”.¹²⁶

Reasumując, przytaczam pogląd van Dijka, „Of course, in all these years, the theory (and hence the definition) of discourse has developed from (mostly) written text on the one hand, and conversation, on the other hand, to a broad field of language use, interaction, communication, etc etc, where discourse is generally a form of interaction, and of course

¹²³ Żydek-Bednarczuk U., 2013: Dyskurs medialny. W: Malinowska E., Nocoń J., Żydek-Bednarczuk U., red.: Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Kraków, s. 189

¹²⁴ Loewe I. (2014): Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych W: Forum lingwistyczne nr 1, s. 14

¹²⁵ Dobosiewicz J., Pieniążek-Marković K. (2015): Poznańskie Studia Sławistyczne nr 9, s. 12

¹²⁶ Skowronek B. (2016): Dyskurs filmowy jako odmiana dyskursu medialnego W: Dyskurs i jego odmiany pod redakcją Bożeny Witosz, Katarzyny Sujkowskiej-Sobisz i Ewy Ficek Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016 s. 189.

multimodal (with images, sounds, music, body movement, etc etc)(...) media discourse (...) is as generic name of many different kinds or types or genres of media discourse”¹²⁷

2.5.5. Dyskurs o bezpieczeństwie

*Aby czuć się bezpiecznie, wszyscy powinniśmy się w tym przede wszystkim dobrze orientować.
(...)[B]ezpieczeństwo to nie tylko sprawa państwa, to sprawa każdego z nas, naszych rodzin i społeczności lokalnych”
gen. Stanisław Koziej¹²⁸*

Dyskursowi o bezpieczeństwie najwięcej miejsca w refleksji humanistycznej poświęciła Jadwiga Stawnicka w monografii *Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii*.¹²⁹ W pracy tej autorka podjęła próbę wskazania praktycznego zastosowania wiedzy lingwistycznej w działaniach podejmowanych przez Policję, skoncentrowanych oczywiście wokół bezpieczeństwa i porządku publicznego. Stawnicka przedstawiła także propozycję stworzenia subdyscypliny lingwistyki lingwosecuritologii jako teorii i praktyki języka bezpieczeństwa. Autorka pisze: „Lingwosecuritologia jako dziedzina z pogranicza nauk humanistycznych i społecznych otwiera przed badaczami nowe możliwości opisu języka bezpieczeństwa. Badacz uzyskuje możliwości wykorzystania szerokiego spektrum metod: lingwistycznych, socjologicznych, nauk o bezpieczeństwie, psychologicznych, zarządzania. Lingwosecuritologia zorientowana zatem jest na badanie języka bezpieczeństwa. Takie podejście do badań jest zgodne z antropocentrycznym paradygmatem w nauce”.¹³⁰ Bezpieczeństwo, jak pisze autorka, jest: „wieloaspektowe i stosowane zarówno w opracowaniach naukowych, jak i w języku potocznym w wielu znaczeniach i kategoriach. Mówi się m.in. o bezpieczeństwie ekologicznym, bezpieczeństwie ideologicznym, bezpieczeństwie informatycznym, bezpieczeństwie ekonomicznym,

¹²⁷ Cytat pochodzi z prywatnej korespondencji mailowej, którą otrzymałam od prof. Teuna van Dijka 2 marca 2023.

¹²⁸ Fragment wypowiedzi generała S. Kozieja, szefa Biura Bezpieczeństwa Narodowego w latach 2010–2015, promującej Białą księgę bezpieczeństwa narodowego na witrynie tzw. Strategicznego Przeglądu Bezpieczeństwa Narodowego, <http://www.spbn.gov.pl/>, 7.02.2015

¹²⁹ Stawnicka J. (2016): *Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

¹³⁰ tamże, s. 12-13

bezpieczeństwie powszechnym, bezpieczeństwie publicznym, bezpieczeństwie kulturowym i bezpieczeństwie militarnym”¹³¹. Z punktu widzenia tematów podejmowanych w niniejszej rozprawie, interesuje mnie tylko bezpieczeństwo publiczne. Zatrzymajmy się jeszcze jednak przez chwilę przy *securitologii* - nauce, która proponuje kompleksowe zbadanie bezpieczeństwa. W zrozumieniu samej istoty *securitologii*, pomocne mogą okazać słowa Hofreitera: „Przedmiotem sekuritologii jako nauki jest bezpieczeństwo człowieka i różnorodnych systemów niezbędnych do życia (ale też globu, państwa, grupy społecznej, organizmów żywych, systemów technicznych, infrastruktury, sfer produkcyjnych, rynku, środowiska naturalnego itp.) w warunkach rozmaitych negatywnych sytuacji oraz przy ograniczeniach czasowych i przestrzennych. Takie podejście do analizowania bezpieczeństwa musi być oparte na wiedzy przyrodniczej, społecznej i technicznej”.¹³² Autor zwraca uwagę, iż: „Z pozycji sekuritologii można analizować bezpieczeństwo jako zjawisko wszechstronne, wieloczęściowe, o pionowej i poziomej strukturze. Bezpieczeństwo jest traktowane jako całość działań, którego wartość jest nie tylko podsumowaniem każdego z czynników, ale jest rezultatem ich wzajemnych relacji. W sekuritologii każdy wymiar bezpieczeństwa analizuje się jako zbiór nawzajem na siebie wpływających czynników, które charakteryzują się wspólnymi uwarunkowaniami i przyczynowością”.¹³³ W nauce tej chodzi zatem o zbadanie tego, co (prawidłowości, mechanizmy) może zagwarantować bezpieczeństwo człowieka (grupy społecznej, państwa lub ludzkości), przy jednoczesnym zwróceniu uwagi na przyczyny i skutki jego braku, a więc na to, co bezpieczeństwu zagraża oraz jakie są lub mogą być konsekwencje jego absencji.

Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego definiuje bezpieczeństwo publiczne jako „stan na obszarze państwa powstały w wyniku zorganizowanej obrony i ochrony osób i mienia przed zagrożeniami na lądzie, morzu i w powietrzu”.¹³⁴ Definicję, która szeroko ujmuje to pojęcie, odnosząc się do bezpieczeństwa wewnętrznego, przedstawia Pieprzny, pisząc, iż jest to pozytywny stan w państwie, w zakres którego wchodzi państwo ze swoim ustrojem oraz jego obywatele, ich życie, zdrowie i mienie.¹³⁵ Granice bezpieczeństwa publicznego w takim przypadku zakreślają przepisy prawa będące parasolem ochronnym przed

¹³¹ tamże,

¹³² Hofreiter L. (2012): Wstęp do studiów bezpieczeństwa. Podręcznik dla studentów Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Kraków, s. 38

¹³³ Tamże, s. 37

¹³⁴ Kaczmarek J., Łepkowski W., Zdrodowski B. (2008): Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego, s. 14

¹³⁵ Pieprzny S. (2012): Administracja bezpieczeństwa i porządku publicznego, Rzeszów, s. 12-15

niebezpieczeństwami, przy czym nieważne z jakiego źródła pochodzą.¹³⁶ Warto jednak podkreślić, iż kategoria, która jest przedmiotem nich zainteresowań i nie odnosi się tylko do naruszenia stanu instytucji państwowych. Bezpieczeństwo publiczne, na potrzebę niniejszej rozprawy, identyfikuję z naruszeniem reguł współżycia ludzi w społeczeństwie. Mam tutaj na myśli przede wszystkim wartości prawnie chronione: życie, zdrowie i mienie zarówno jednostek, jak i grup społecznych. Nie ulega wątpliwości, że o bezpieczeństwie *sensu largo* musimy rozmawiać, musimy także o nim myśleć. Ma ono dla nas wysoką wartość, którego istotą jest zagwarantowany, niezmienny, permanentny porządek, nie narzucający na nas zbyt wielu obowiązków, nie wymagający też większej troski. Aby zidentyfikować istnienie bezpieczeństwa w danej sytuacji musimy, jak wskazuje Kołodziej, odwołać się do: „logiki negacji zagrożeń – przyczyn strachu – będącej podstawą tzw. negatywnej definicji bezpieczeństwa”, co w efekcie prowadzi do konkluzji, iż dyskurs o bezpieczeństwie „opiera się na badaniu wieloaspektowych zagrożeń”, a to, jak podkreśla autor jest „naturalne ze względu na charakter samego pojęcia”.¹³⁷

Kołodziej pisze dalej: „Polską specyfiką jest wszechobecne łączenie pojęcia bezpieczeństwa z pojęciem wolności. Najpierw chcemy być wolni, nieskrępowani, by później móc czuć się bezpiecznie”.¹³⁸ Autor zwraca uwagę na *roboczą mapę mentalną* tego, jak Polacy kojarzą i rozumieją bezpieczeństwo, wymieniając sześć aspektów semantycznych: „bezpieczny w sensie ogólnym, bezpieczny w sensie gospodarczym, bezpieczny w sensie bytowym, socjalnym, „opiekuńczym”, bezpieczny w wojskowym, tradycyjnym, międzynarodowym sensie, bezpieczny w sensie przynależności do europejskiej/zachodniej wspólnoty, bezpieczny w sensie „zamknięty w nienaruszalnej kapsule narodu i tradycji”.¹³⁹

Kołodziej podkreśla także, iż na dyskurs o bezpieczeństwie składają się trzy odmiany (bywa nieprzyjaznego, nieprzystępnego, niejasnego) języka: „dominujący żargon środowiska zawodowego oficerów-dowódców i oficerów-pedagogów, odmiana języka administracyjno-urzędowego oraz abstrakcyjny język akademickich ekspertów badających stosunki międzynarodowe”.¹⁴⁰ Realizacja dyskursu w tym przypadku prowadzona jest oparciu o teksty

¹³⁶Pieprzny S.(2007): Ochrona bezpieczeństwa i porządku publicznego w prawie administracyjnym, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, s. 32

¹³⁷ Kołodziej J. (2017): Obraz zagrożeń w polskiej świadomości społecznej w świetle krytycznej teorii bezpieczeństwa W: Przegląd politologiczny nr 1, s.116

¹³⁸ tamże, s. 121

¹³⁹ tamże,

¹⁴⁰ tamże, s. 115

często formalnie i pojęciowo niespójne.¹⁴¹ Z zatem te trzy składowe przyczyniają się do problemów komunikacyjnych, co skłania do refleksji, by o bezpieczeństwie mówić prościej i zrozumiale. Do pełni opisu przedmiotowego dyskursu brakuje jeszcze jego krytycznej teorii, w której (na polskim gruncie) określa się go mianem odspołeczny. Nawiązuje do tego Kołodziej, pisząc o dwóch znaczeniach takiego postrzegania dyskursu. Po pierwsze chodzi o różnicę pomiędzy normalną komunikacją społeczną, gdzie dyskurs o bezpieczeństwie odróżnia się po przez swoją nieprzystępność i niespójność, na co niewątpliwie wpływ m nasycenie językowymi szablonami. Po drugie, uobecnia się tutaj odmienności w powszechnym rozumieniu samego bezpieczeństwa przez Polaków, gdzie przedmiotowy dyskurs odnosi się głównie do bezpieczeństwa państwa.¹⁴² Taki stan rzeczy niestety może spotęgować nieufność społeczeństwa wobec państwa.

2.5.6. Dyskurs autoprezentacyjny i autopromocyjny

Iwona Loewe pisze: „autoprezentacja w psychologii oznacza sposób, w jaki każdy człowiek poprzez swoje wypowiedzi, zachowania i sygnały niewerbalne komunikuje na zewnątrz, kim jest albo za kogo chciałby być uważany”.¹⁴³ Autorka zwraca uwagę na istotne właściwości, które warto w tym kontekście rozważyć: „intencjonalność lub nieintencjonalność, oficjalność lub nieoficjalność, przynoszenie efektu pozytywnego lub negatywnego, przyjmowanie kształtu dyskursu albo nie, stanowienie komunikatu dla kogoś lub samego siebie, multisemiotyczność”.¹⁴⁴ Autoprezentacja przyjmuje więc kształt dyskursu, kiedy ma „zaplanowany strategiczny wymiar”.¹⁴⁵ Jak pisze autorka, jest to sytuacja, w której: „możemy mieć wolę ukształtowania siebie w danym momencie albo na jakiś określony czas i czynimy wszystko, by wypaść dobrze w oczach ludzi, o których opinię zabiegamy”.¹⁴⁶ Wygląd takiej zależności Loewe opisuje w następujący sposób: „im bardziej strategia jest logocentryczna, tym bardziej jest dyskursowa”.¹⁴⁷ Autopromocja w marketingu to promocja własnej osoby,

¹⁴¹ tamże, s. 123

¹⁴² tamże, 124,

¹⁴³ Loewe I. (2016): Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 23

¹⁴⁴ tamże,

¹⁴⁵ tamże, s. 23

¹⁴⁶ tamże, 24

¹⁴⁷ tamże, 24

własnych umiejętności, ale też własnych produktów lub usług w ramach własnych środków.¹⁴⁸ Za Loewe zwracam uwagę na następujące cechy tej kategorii: „intencjonalność, oficjalność, przynoszenie zwykle pozytywnego efektu, charakter dyskursowy, stanowienie komunikatu dla kogoś, charakter logocentryczny”¹⁴⁹. W autopromocji jako działalności człowieka, można, jak pisze autorka, „określić aktorów strategii, przypisać im cel i decyzje tekstowe. Aktorzy ci funkcjonują zawsze w określonej aksjologicznej, kulturowej, estetycznej i ideologicznej przestrzeni, która w czynnościach tych podmiotów zostawia ślad”.¹⁵⁰

W kontekście niniejszych rozważań można zatem powziąć decyzję, że Policja stosuje strategie autopromocyjne jako zjawisko zinstytucjonalizowane i wolicjonalne. Jako instytucja Policja korzysta zatem z pewnych gatunków, które temu dyskursowi służą i lokuje w tym dyskursie aktorów-policjantów, którzy wchodzą w role adekwatne do aktorów tego dyskursu.

Dyskurs autopromocyjny manifestuje się przez komunikaty perswazyjne, jak określa je Łuczak. „Istotne są – jak pisze autor – najpierw informacja na temat produktu, później stworzenie wokół niego pozytywnych emocji, a ostatecznie — osiągnięcie pożądanego zachowania [społecznego]”.¹⁵¹ Ważne dla rozróżnienia *promocja* i *autopromocja* ma w tym kontekście miejsce widoczności i dostępności kampanii. Jako że jest ona prezentowana i eksponowana w długim czasie w mediach własnych Policji, czyli stronach internetowych komend oraz na ich profilach społecznościowych (a nie poza nimi), to przyjmuje się właśnie perspektywę refleksywną (zwrotną).

Wracając do autoprezentacji, to postrzeganie jej jako praktyki ubranej w dyskurs może budzić pewne wątpliwości, wynikające z braku pewności, co do jednolitości jej efektu.¹⁵² Wydaje się, że traktowanie jej jako taktyki w pewnej odmianie dyskursu jest możliwe tylko wtedy, gdy jest intencjonalna i stanowi komunikat dla kogoś innego, a dodatkowo przynosi jakiś efekt. Wówczas uobecnia się jako analogia autopromocji. W niniejszej rozprawie, źródeł tego dyskursu dopatruje się w działalności osób komentujących w internecie, o czym będzie mowa

¹⁴⁸ Por. Jupowicz-Ginalska A. (2010): Syndrom wirującego bąka, czyli rzecz o autopromocji medialnej. „Studia Medioznawcze” nr 3,

¹⁴⁹ Loewe I. (2016): Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice,

¹⁵⁰ tamże,

¹⁵¹ Łuczak M. (2016): Dyskurs autopromocyjny w prasie religijnej na przykładzie tygodników „Gość Niedzielny” i „Niedziela” W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice,

¹⁵² Loewe I. (2016): Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice,

w dalszej części pracy. Mam tutaj przede wszystkim na myśli działalność tych osób w mediach społecznościowych, których otwarty i interaktywny charakter zdaje się być idealną płaszczyzną właśnie dla autoprezentacji, realizowanej w oparciu o kontrole informacji o sobie, a także o innych. Mowa o poglądach, ideach, rezultatach wszelkich właściwie aktywności, a także o planach, czy zamierzeniach, ujawnianych audytorium (obecnego realnie bądź symbolicznie) przez podmiot, a więc przez komentującego.¹⁵³ Leary i Kowalski zwracają uwagę na główne motywy podejmowania zachowań autoprezentacyjnych, w których przede wszystkim chodzi o relacje społeczne (maksymalizacja zysków i kosztów), poczucie własnej wartości (podwyższanie i ochrona) oraz tożsamość (tworzenie i podtrzymywanie).¹⁵⁴ Aktywności tej nie nazwałabym jednak próbą wymuszenia w celu zdobycia sympatii (w odniesieniu do przedmiotowej kampanii), lecz stworzenia negatywnego obrazu danego zjawiska.

¹⁵³ Por. Szmajke A. (2001): Autoprezentacja - niewinny spektakl dla innych i siebie W: Złudzenia, które pozwalają żyć, Kofta M., i Szutrowa T., Wydawnictwo PWN, Warszawa 2001, s. 147

¹⁵⁴ Leary M.R., Kowalski R.M. (1990): , Impression Management: A Literature Review and Two Component Model W: Psychological Bulletin, nr 1 (107), s. 34-47.

Rozdział III

Metody dyscypliny

Teoretyczną podstawę badań prowadzonych w niniejszej rozprawie określa opisana już lingwistyka dyskursu oraz dyskurs. Jeśli zaś chodzi o metodę badawczą, to wybrane została ta kategoria, które pozwoli na dynamiczny opis znaczeń i sensów w dyskursie policyjnym. Mowa o dyskursywnym obrazie świata (DOŚ). Przywołane narzędzie badawcze zostanie dodatkowo uzupełnione podstawami lingwistycznej analizy dyskursu Siegfrieda Jägera, a precyzując, chodzi o pięcioetapową procedurę badawczą, którą badacz opracował. Powyższy wybór pozwoli na przeprowadzenie analiz zgromadzonego waloru empirycznego w rozprawie w sposób kompleksowy. Poniższe podrozdziały stanowią krótką charakterystykę wspomnianych tutaj metody i procedury.

3.1. Dyskursywny obraz świata

Dyskursywny obraz świata traktuję jako narzędzie do analizy ilustracji dyskursu policyjnego. Punktem wyjściowym do opisu DOŚ będzie językowy obraz świata (JOŚ). Mając na uwadze wieloaspektowość JOŚ, pomijam chronologię i jego dokładną charakterystykę. Moim celem jest zwrócenie w nim uwagi na elementy ważne z punktu widzenia analizy dyskursu oraz procesu tworzenia dyskursywnego obrazu świata.

Konspekt DOŚ na polskim gruncie stworzył Waldemar Czachur. Badacz pisze, iż DOŚ, to kategoria, która: „umożliwia opis dynamicznego procesu profilowania znaczeń i sensów w poszczególnych dyskursach”.¹⁵⁵ Autor zwraca także uwagę, iż jest ona przykładem połączenia językowego, medialnego, tekstowego, mentalnego oraz kulturowego obrazu świata. Integracyjny charakter interesującej nas tu kategorii wynika z polifoniczności perspektyw jej analiz. Układ tych wzajemnych zależności Czachur wyjaśnia w następujący sposób: „Dyskursywny obraz świata jest (...) zarówno językowym obrazem świata, ponieważ konstruowany jest poprzez język, jak i medialnym obrazem świata, ponieważ językowe konstruowanie i jego multiplikowanie odbywa się poprzez media; jest tekstowym obrazem

¹⁵⁵ Czachur W. (2011): Dyskursywny obraz świata W: tekst i dyskurs – text und diskurs, s. 79

świata, ponieważ językowe konstruowanie jako kulturowa aktualizacja następuje właśnie na płaszczyźnie tekstu, oraz mentalnym obrazem świata, ponieważ koncentrując się na analizie podmiotów aktywnych w dyskursie, umożliwi rekonstrukcję punktów widzenia, wzorców myślenia i schematów aksjologicznych; jest także kulturowym obrazem świata, ponieważ w dyskursie najczęściej wyrażane jest to i tylko to, co dopuszcza system wartości danej, zróżnicowanej społeczności kulturowej, a w świadomości zbiorowej aktywowane jest to, co jest typowe i znane”.¹⁵⁶ Czachur wymienia następujące narzędzia, według których można dokonać rekonstrukcji dyskursywnego obrazu świata:

- „słowa sztandarowe; „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!”¹⁵⁷;
- symbole kolektywne, czyli znaki posiadające silnie wykształcone negatywne lub pozytywne nacechowanie¹⁵⁸ ;
- analiza profili, punktów widzenia i perspektyw w ramach modelu definicji kognitywnej („wariant wyobrażenia przedmiotu hasłowego, ukształtowany przez dobór faset, ich uporządkowanie według reguł implikacji, ich wypełnienie treścią stosownie do przyjętej wiedzy o świecie, zarazem wariant kreowany przez jakiś czynnik dominujący, dominantę”¹⁵⁹);
- analiza metafor „ludzki sposób pojmowania i wyrażania rzeczy trudnych, abstrakcyjnych i nieznanych w kategoriach rzeczy konkretnych i od dawna znajomych”¹⁶⁰);
- analiza wątków (wiązek) dyskursu, argumentacji i toposów”¹⁶¹;

W analizie DOŚ Czachur koncentruje także uwagę na aktorach dyskursu. Na tej płaszczyźnie badacz wymienia następujące kategorie opisu:

- uczestnicy, podmioty lub aktorzy dyskursu;

¹⁵⁶ Czachur W. (2011): Dyskursywny obraz świata W: tekst i dyskurs – text und diskurs, s. 94

¹⁵⁷ Pisarek W. (2002): Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność. Kraków, s. 7

¹⁵⁸ por. Fleischer M. (1996): System polskich symboli kolektywnych. Wyniki badań empirycznych. Wrocław, s. 23

¹⁵⁹ Bartmiński J. (2009): Językowe podstawy obrazu świata. Lublin, s. 102

¹⁶⁰ Tabakowska E. (1995): Gramatyka i obrazowanie. Wprowadzenie do językoznawstwa kognitywnego, Kraków s.4

¹⁶¹ Czachur W. (2011): Dyskursywny obraz świata W: tekst i dyskurs – text und diskurs, s.90-91 <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/7075> dostęp 17.04.2023

- analiza strategii komunikatywnych/komunikacyjnych czy też strategii nazewniczych/nominacyjnych;
- analiza aktów mowy i ich funkcje;
- analiza gatunków tekstu danego dyskursu;

Konkludując, DOŚ wydaje się być interesującą metodą do zidentyfikowania sposobów myślenia, postrzegania i interpretacji rzeczywistości w obrębie społeczności kreującej dyskurs policyjny. DOŚ jako połączenie tego co językowe, medialne, tekstowe, mentalne oraz kulturowe, pozwala precyzyjnie wyłonić parametry danego dyskursu.

3.2. Podstawy lingwistycznej analizy dyskursu Siegfrieda Jägera

Wspólny obszar łączący lingwistykę pragmatyczną z koncepcją dyskursu Foucaulta wypracował Jäger m.in. inspirując się teorią Aleksieja Leontiewa, zwłaszcza w odniesieniu do nowego sposobu modelowania języka, determinującego zmiany społeczne, a także poddając krytyce koncepcje języka oraz metody badań socjologicznych z lat 70. i 80. XX wieku. Postulował zmianę paradygmatu metodologicznego opartego w tych badaniach na analizach ilościowych, zwracając uwagę, że ich zakończenie nie może być jedynie opisem zgromadzonego materiału, lecz także jego interpretacją. Badacz przykładał dużą wagę do tekstów, traktując je jako zjawisko zespołowe, społeczne, historyczne, i dyskursywne. Dyskurs dla badacza to „przeływ wiedzy, względnie zasobów wiedzy zbiorowej, na przestrzeni czasu”.¹⁶² Badacz pisze: „dyskurs jest wprawdzie tworzony przez wszystkie jednostki, z różnym ich udziałem w zbiorze wiązek dyskursywnych (Diskursstränge) i z różnym wykorzystaniem swobody działania, na jaką pozwalają uwarunkowane społeczno-historyczne dyskursy. Ale żadna z osób nie determinuje dyskursu(...)Jest on (...) wynikiem wielu wysiłków ludzi, aby być aktywnymi w społeczeństwie ”.¹⁶³ W związku z tym Jäger opracował procedurę badawczą opartą na pięciu etapach. Czachur nazywa je „analityczno – materiałowymi oraz analityczno – interpretacyjnymi”.¹⁶⁴ Przedstawia je w następujący sposób:

¹⁶² Za Czachurem „als Fluß von Wissen bzw. sozialen Wissensvorräten durch die Zeit”.

¹⁶³ Jäger S. (2001): Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung, Duisburg, s. 148

¹⁶⁴ Czachur W.(2020): Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy, Wrocław, s.178

- „analizę ram instytucjonalnych: każdy fragment dyskursu znajduje się w kontekście instytucjonalnym; w skład jego wchodzi: medium, miejsce w gazecie, autor, wydarzenia, do których fragment może być przypisany, określone przyczyny powstania artykułu itp.;
- analizę powierzchni tekstu: układu graficznego (zdjęcia, grafika, nagłówki, podtytuły), jednostek sensu/nośników znaczenia (przy czym elementy graficzne stanowią pierwszą wskazówkę), poruszanych tematów;
- analizę środków retoryczno-lingwistycznych (analiza języka na poziomie mikro: np. strategii argumentacyjnych, logiki i kompozycji, implikacji i aluzji, symboliki kolektywnej/obrazowości, idiomów i przysłów, słownictwa, stylu, aktorów, odniesień referencyjnych itp.);
- analizę wypowiedzi pod kątem zawartych w nich treści oraz ideologii: obrazu człowieka, sposobu pojmowania społeczeństwa, techniki i przyszłości itp.
- interpretację: po pracach wstępnych wymienionych w punktach od a do d następuje systematycznie prezentacja (analiza i interpretacja) wybranego fragmentu dyskursu, przy czym różne elementy opracowywanego materiału muszą być ze sobą powiązane”.¹⁶⁵

W swoim opracowaniu zastosuję niektóre z tych procedur, które drogą polonistycznej tradycji określiłam jako analizę dyskursu oraz analizę multimodalną. Odniosę się w nich do następujących kategorii, które także Jäger uznaje za operacyjne:

- jednostki leksykalne w funkcji nominalizacji kategorii swój vs. obcy / my vs. oni;
- akty mowy, akty komunikacyjne, wzorce i formy działań oraz gatunki mowy, sekwencyjna organizacja rozmowy, *turn takingi* ich różne funkcje w badanych domenach społecznych i politycznych;
- style wypowiedzi, style komunikowania, użycie środków retorycznych, jak metafory, metonimie, eufemizmy, presupozycje, implikatury, pytania retoryczne i ich różne funkcje w badanych domenach społecznych i politycznych;

¹⁶⁵ Czachur W.(2020): Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy, Wrocław, s. 177-178

- strategię komunikacyjne, względnie dyskursywne, rozumiane jako specyficzne sposoby użycia, także jak emocjonalizacja, wykluczenie, integracja, legitymizacja itd.;
- toposy argumentacyjne¹⁶⁶

3.3. Przedmiot dyscypliny

Przedmiotem dyscypliny w niniejszej rozprawie są zasygnalizowane w jej tytule zaprojektowane praktyki dyskursywne Śląskiej Policji prowadzone w ramach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, od chwili jej zapoczątkowania, a więc od 21 września 2011 roku do 31 grudnia 2022. Trzeba tutaj zaznaczyć, iż kampania jest kontynuowana. Jak pisze Sikorska „praktyki są „otwarte”, a więc zmienne, nie są redukowane do działań rutynowych (choć często są właśnie rutynowo i bezrefleksyjnie odtwarzane); po drugie – odsyła do analizowania praktyk zakorzenionych w konkretnym miejscu i czasie, a nie „praktyk w ogóle”; po trzecie – zalicza do praktyk, wbrew intuicji, nie tylko to, co jest „robione” (praktyki cielesne), ale także to, co jest „mówione” (praktyki dyskursywne); wreszcie po czwarte – wskazuje na kompleksowy, blokowy charakter praktyk, oznacza to, że aby można było mówić o praktykach, trzeba brać pod uwagę zespoły, wiązki czy też układy działań, które są powiązane wzajemnie przez relacje przyczynowości i celowości”.¹⁶⁷ W praktykach chodzi przede wszystkim o to, aby ich znaczenie i sens były komunikowane, „demonstrowane” i „widoczne” i potencjalnie zrozumiałe dla innych uczestników, a także obserwatorów praktyk. Jak pisze Kmita, regulowane są one „subiektywnie w skali społecznej przez pewien zespół przekonań powszechnie w danej społeczności respektowanych i należących do jej świadomości społecznej”.¹⁶⁸

Działania prowadzone w ramach kampanii zostały określone jako „zaprojektowane”, bo są celowościowe. Kampania ma cel prewencyjny i popularyzujący oraz nagradzający pewne zachowania społeczne. Tak zaprojektowane działania mają ponadto sprzyjać budowaniu wspólnoty w wymiarze lokalnym, a także mobilizować jednostki do podjęcia działań na korzyść ogółu. W projektowaniu praktyk dyskursywnych kampanii widać ukierunkowanie na

¹⁶⁶ tamże, s. 180

¹⁶⁷Sikorska M. (2018): Teorie praktyk jako alternatywa dla badań nad rodziną prowadzonych w Polsce W: Studia Socjologiczne 2 (229) Tamże, s.37

¹⁶⁸ tamże, s. 63

wykreowanie pewnego porządku społecznego, wytworzenie i rozpowszechnienie wiedzy, a także uświadamianie oraz edukowanie mieszkańców. Przyjmuję perspektywę, w której działania podejmowane przez policjantów w ramach zaprojektowanych wielokodowych praktyk dyskursywnych, służą zapamiętywaniu, pamiętaniu i przypominaniu, co jest poprzedzone praktyką wcielania, zapisu i komunikowania.

W mojej rozprawie próbuję ustalić, jakie działania, strategie i techniki są podejmowane przez funkcjonariuszy prasowych w celu stworzenia szans zaangażowania się społeczeństwa w zainicjowany przez nich program prewencyjny. W rozprawie stawiam sobie za cel określenie i ewaluację działań strategicznych i operacyjnych, jakie zostały przyjęte w kampanii, a także o zbadanie, jakie strategie komunikacyjne (pisemne, wizualne, werbalne i dźwiękowe) zostały wykorzystane, aby osiągnąć założenia tego przedsięwzięcia.

Rozdział IV

Charakterystyka materiału badawczego

Kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” została zapoczątkowana 21 września 2011 roku, a jej obserwacja na użytek rozprawy została prowadzona do 31 grudnia 2022. Należy zaznaczyć, iż kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” nadal trwa. Wspólny temat, cel oraz kompleks komunikatów skomponowanych ze znaków werbalnych, obrazowych, filmowych i dźwiękowych to cechy stanowiące o kampanii. Jej nadawcą instytucjonalnym sensu *largo* jest Policja, *sensu stricto* – oficer prasowy Policji. Ich adresaci są dookreśleni przeze mnie jako mieszkańcy województwa śląskiego. Przedsięwzięcie jest efektem zaprojektowanych praktyk dyskursywnych, które rozumiem jako reguły wytwarzania, organizacji, ale też kontroli tego dyskursu. Przedmiotem badań w rozprawie są policyjne komunikaty prasowe tej akcji, z których utworzono korpus. Materiał w nim zawarty składa się **1766 tekstów** wyekscerpowanych z 31 policyjnych stron internetowych Śląskiej Policji. Teksty, które są przedmiotem moich zainteresowań, traktuję jako medioteksty.¹⁶⁹ Pojęcie to w 2013 roku wprowadziła Iwona Loewe w ten oto sposób przedstawiając jego charakterystykę: „mediotekstem jest ten, który zaistnieje w medium masowym, został dla niego przygotowany, a także przez użytkowników tego medium jest spodziewany kulturowo; zostaje wytworzony z przeznaczeniem do upublicznienia za pomocą medium masowego; zostaje wytworzony zawodowo przez pracownika redakcji medium masowego, zwanego dziennikarzem; jest formą „komunikacji jednostkowej [zainicjowaną] za pomocą mediów technicznych – są to dzisiaj przede wszystkim komunikaty, które są tworzone, przekazywane i odbierane poprzez urządzenia elektroniczne typu komputer lub telefon komórkowy”.¹⁷⁰

Na materiał badawczy w pracy składają się ponadto **dwa spoty reklamowe** kampanii pt. *Kradzież kabli* oraz *Kradzież samochodu*, jej **plakat** oraz **logotyp**. Dwa spoty reklamowe kampanii dostępne są na platformie YouTube oraz na Facebooku.¹⁷¹ Można je jeszcze spotkać także na niektórych stronach internetowych jednostek terenowych śląskiej Policji. Jednak zwracam w tym miejscu uwagę, iż nie są już wykorzystywane w kontynuowanej do dziś

¹⁶⁹ W rozprawie termin teksty (kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”) traktuję synonimicznie z mediotekstami, komunikatami, treściami.

¹⁷⁰ Loewe I. (2013): Lingwistyka a media, „Tekst i Dyskurs”, s. 6

¹⁷¹ <https://www.youtube.com/watch?v=G7MjOcpvhwg> dostęp 10.01.2023
https://www.youtube.com/watch?v=7_RLQe4Nvsw dostęp 10.01.2023

kampanii z powodu m.in. „zaprzestania współpracy z niektórymi podmiotami biorącymi czynny udział w czasie ich tworzenia i publikowania”.¹⁷² Plakat oraz logo przedsięwzięcia zostaną przedstawione w dalszej części pracy. Całość materiału zawiera się w dostępie online na dysku OneDrive, do którego prowadzi link [Nie reagujesz - akceptujesz - materiał](#). Dodatkowo jest on powtórzony w spisie źródeł na końcu pracy.

W celu ujednoczenia pozyskiwania materiału badawczego do wyszukania poszczególnych tekstów wykorzystałam ogólnodostępne archiwum internetowe wymienionych jednostek Policji, gdzie praktykuje się oznaczenie tematyczne publikowanych tekstów, tworząc osobne bazy. Dodatkowo, mając na uwadze nieobligatoryjną praktykę sposobu publikowania informacji poświęconej problematyce kampanii, teksty wyszukiwałam ręcznie, w celu pozyskania ich maksymalnej ilości. Interesujący mnie materiał badawczy otrzymałam po wpisaniu w okno wyszukiwarki frazy: „nie reagujesz – akceptujesz” oraz słowa – klucza „kampania”, a także przy użyciu hashtagu – kratki # nie reagujesz – akceptujesz. W rezultacie otrzymałam ponad 2000 tekstów. Zebrany materiał został przeze mnie dwukrotnie oceniony, po czym z korpusu wyłączyłam te teksty, które nie były głównym tematem akcji, nie nawiązywały do niej, a także te, w których tylko o niej sygnalizowano. Biorąc pod uwagę cele badawcze, do korpusu włączono tylko multimodalne teksty, będące połączeniem przekazu werbalno – wizualnego. Wyekscerpowane teksty zostały wygenerowane w postaci plików PDF. W ostatecznym wyborze materiału badawczego pomogła przeprowadzona przeze mnie analiza treści. W ten sposób uchwyciłam powtarzające się wątki w tekstach kampanii. Zabieg ten wydał się niezbędny biorąc pod uwagę obszerność materiału badawczego oraz gęstość zapisu wizualnego. Skalibrowałam więc swoje pole badawcze do kilku dominujących kodów jako sposobów tworzenia znaczeń programu prewencyjnego „Nie reagujesz – akceptujesz”. Kierowałam się tutaj bardziej analizą jakościową niż ilościową. W związku z obszernością zebranego materiału umieściłam go w chmurze, do której prowadzi następujący link [Korpus komunikatów medialnych oficerów prasowych](#).

Uzyskany materiał badawczy dotyczący obecności kampanii w mediach przetworzyłam w trzy korpusy. Pierwszy obejmuje dane dostarczone przez Instytut Monitorowania Mediów ze 128 publikacjami pochodzącymi z Dziennika Zachodniego oraz 603 z mediów. Do materiału badawczego prowadzą następujące linki: [IMM monitoring archiwalny Dziennik Zachodni zestawienie 21_09_2011-31_12_2022](#) oraz [IMM monitoring archiwalny 01_01_2022-](#)

¹⁷² Pismo KWP Katowice nr GK-062/128/22/1615/23 z dnia 17 maja 2023

[31 12 2022](#).¹⁷³ Drugi korpus obejmuje dane z wyszukiwarki MoncoPL. Jest ona „prawdopodobnie jedynym publicznie dostępnym, stale aktualizowanym korpusem monitorującym polszczyzny [...] Podstawowym źródłem danych indeksowanych w korpusie MoncoPL są kanały RSS 4 udostępniane przez ponad 1500 serwisów informacyjnych, branżowych oraz platform blogowych, z których około 600 było aktywnych w lipcu 2019 roku. Poza źródłami dynamicznymi do indeksu MoncoPL zostały jednorazowo włączone niektóre dostępne na otwartej licencji korpusy”.¹⁷⁴ W rezultacie otrzymałam 1572 przykłady użycia frazy nie reagujesz – akceptujesz, a do materiału badawczego włączyłam 320 nadal aktywne publikacje. Do korpusu dołączyłam także raport z wyszukiwarki Google, gdzie zidentyfikowałam dodatkowo 14 tekstów dotyczących kampanii. Materiał badawczy z tego korpusu znajduje się w linku pod nazwą: [Monco.pl oraz wyszukiwarka Google](#). Trzeci korpus to dane z Facebooka z 208 postami. Do korpusu prowadzi następujący link: [Obecność kampanii na Facebooku](#). Szczegółowo dane te omawiam w rozdziale dotyczącym społecznego odbioru kampanii oraz jej obecności w mediach.

Biorę pod uwagę w analizach rodzaje mediów, dlatego poniżej kilka wyjaśnień ich dotyczących. Przyjmuję, że media masowe są instytucjonalne, jednokierunkowe, anonimowe, skierowane do masowej publiczności, ich cechą poznawczą jest homogenizacja treści w celu konstrukcji medialnego obrazu świata (wycinka rzeczywistości). Nie ma jednoznacznego stanowiska co do tego, czym są nowe media, choć jak podkreśla Szpunar: „wyrażenie to funkcjonuje w powszechnym użyciu od kilkudziesięciu lat”.¹⁷⁵ Autorka zwraca uwagę, iż: „Nowe media całkowicie zmieniają dotychczas nam znany model komunikacji charakterystyczny dla mediów masowych. Ich użytkownik przestaje być biernym odbiorcą pozbawionym możliwości reagowania na nadawany komunikat. Nie jest jednak tak, że ich pojawienie się eliminuje dotychczas nam znane stare media. Nowe media raczej konwergują z mediami tradycyjnymi, zacierając granice pomiędzy dotychczas odrębnymi mediami funkcjonującymi w różnych niszach”.¹⁷⁶ Przytoczę definicję tego wyrażenia zaproponowaną przez *Słownik terminologii medialnej*, w którym *nowe media*: „charakteryzują się cyfrowym tworzywem, w jakim zbudowany jest przekaz, interaktywnością i możliwością programowania, a więc indywidualizacją, asynchronizmem, globalnością zasięgu

¹⁷³ Skrót IMM oznacza Instytut monitorowania mediów.

¹⁷⁴ Pęzik P. (2020): Budowa i zastosowania korpusu monitorującego MoncoPL. *Forum Lingwistyczne*, 7(7), 133-150. <https://doi.org/10.31261/FL.2020.07.11> s. 134 dostęp 10.06.2023

¹⁷⁵ Szpunar M. (2008): Czym są nowe media – próba konceptualizacji. W: *Studia Medioznawcze* 4 (35), s. 33

¹⁷⁶ Tamże, s.40

(L. Manovich)”.¹⁷⁷ Media cyfrowe, o czym możemy przeczytać w pracy Jakubowicza: „umożliwiają jednoczesną komunikację porozumiewawczą (one-to-one), rozsiewczą (one-to-many) i powszechną (many-to-many)”.¹⁷⁸ Odróżniam w pracy także nowe nowe media, których koncepcja została zaproponowana przez amerykańskiego autora Paula Levinsona. Autor zalicza do nich m.in.: blogi – jako modelowy przykład, YouTube, Wikipedię, Myspace, Facebook, Twitter, SecondLife, a termin nowe nowe media wybiera jako optymalny do opisu ich nowatorskiego charakteru. Mołęda – Zdziech wskazuje na siedem cech dystynktywnych, za pomocą których Levinson opisuje to wyrażenie. Autorka wymienia: „Po pierwsze – każdy konsument jest jednocześnie producentem, cechuje go brak profesjonalizmu, funkcjonują na zasadzie wyboru oraz są bezkosztowe, konkurują o uwagę i czas konsumenta a zarazem ich twórcy mają świadomość istnienia mediów podobnego typu. Za podstawę nowych nowych mediów Paul Levinson uważa pocztę elektroniczną i wyszukiwarki, które są systemami operacyjnymi nowych nowych mediów. Jednak za najznakomitsze Levinson uznaje ludzki mózg, pisząc:

„Niewykluczone, że ten majstersztyk wielozadaniowości, jakim jest nasz mózg, w przyszłości stanie się miejscem, gdzie przynajmniej niektórzy za pośrednictwem sygnałów cyfrowych inicjować będą to, co stanowi treści nowych mediów. Będzie to też miejsce, do którego dotrą bezpośrednio słowa i obrazy »nowych nowych mediów« bez pośrednictwa słuchu i wzroku”.¹⁷⁹

Istotne jest dla postawionych hipotez pracy, że media społecznościowe uczestniczą raczej w tworzeniu dyskursywnego obrazu świata (wycinka rzeczywistości), który może mieć z obrazem medialnym część wspólną (oficjalne profile firm, instytucji, domów medialnych), ale także może mu przeczyć (fanpejdże społeczności dyskursywnych).

Media masowe reprezentowały: Dziennik Zachodni, TVP Katowice, Polskie Radio Katowice oraz TV Silesia. Dziennik Zachodni wybrałam z tego względu, iż jest on przykładem dziennika regionalnego, który posiada swoje wydania lokalne. W tym przypadku mówimy aż o 32 tygodnikach poświęconych głównie danej społeczności i przeznaczonej dla niej. Gazeta była jednym z patronów medialnych kampanii, obok Gościa Niedzielnego, Polskiego Radia

¹⁷⁷ Pisarek W. (2006): Słownik terminologii medialnej, Pisarek w (red.). Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków, s. 130

¹⁷⁸ Jakubowicz K. (2011): Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza, Poltext, Warszawa, s. 28

¹⁷⁹ Levinson P. (2010): Nowe nowe media, WAM, Kraków, s. 15.

Katowice oraz Echa Miasta. Nowe media reprezentują portale stanowiące korpus Monco.PL. Media społecznościowe reprezentują Facebook, Twitter, You Tube.

W pracy zostanie przeprowadzone nowoczesne opracowanie lingwistyczne kampanii, w którym zostaną uwzględnione praktyki dyskursywne Policji oraz odbiorców kampanii w mediach masowych, nowych mediach i nowych nowych mediach. Tak zakreślone pole badań wymaga pewnych procedur. Zdecydowałam, że spodziewanym skutecznym narzędziem będą multimodalna analiza tekstu oraz analiza dyskursu. Ta pierwsza pozwala na przeanalizowanie płaszczyzny intratekstualnej materiału w tym wszystkich używanych kodów semiotycznych. Ta druga wspomaga w analizie transtekstualnej, która uwzględnia aktorów badanego dyskursu, ich charakterystykę i cele. Obie procedury mogą dać podstawy do wyłonienia dyskursywnego obrazu kampanii oraz fragmentu dyskursywnego obrazu Policji. W drodze do efektów badawczych zastosuję analizę pragmatyczną, stylistyczną, ikoniczną oraz multimodalną. Włączone do korpusu policyjne komunikaty prasowe kampanii są tekstami pisanymi, autentycznymi i ogólnodostępnymi, przeznaczonymi zarówno do cichej lektury, ale i w celu zakomunikowania, tego, co szczególnie ważne. Analiza tego materiału wymaga zatem uwzględnienia wewnętrznego rozwoju i dynamiki tekstów. Zakres terytorialny w pozyskiwaniu materiału badawczego został zatem usytuowany w województwie śląskim.

Rozdział V

Dyskurs policyjny

5.1 Policja

Policja w Polsce (współcześnie), to umundurowana i uzbrojona formacja pełniąca rolę służebną wobec społeczeństwa.¹⁸⁰ To element wewnętrznego systemu bezpieczeństwa państwa. Termin *policja* wywodzi się od greckiego wyrazu *politeia*, którym w starożytności określano urząd państwa. Wówczas występowała jako gwarant dobrego życia społecznego. W nowożytności pojawia się około 1500 roku we Francji jako *police*, *politia*, *policite*, oznaczając działalność państwa, oparta na zapewnieniu porządku, bezpieczeństwa i dobrobytu.¹⁸¹ Jeśli chodzi o Polskę, to Policja jako instytucja zaczęła kształtować się pod koniec XVIII wieku i praktycznie od tego czasu, do dzisiaj, wpływ na jej organizację i formę mają zmiany ustrojowe w kraju. Jak podaje *Leksykonu terminów policyjnych* Policja, to: „Umundurowana i uzbrojona formacja służąca społeczeństwu i przeznaczona do ochrony bezpieczeństwa ludzi oraz do utrzymywania bezpieczeństwa i porządku publicznego.¹⁸² Jest to definicja pochodząca z Ustawy o Policji.¹⁸³ Pod rządami tego aktu prawnego, nazywanego w kulisach *policyjną konstytucją*, współczesna polska Policja, wypełnia swoje zadania niezmiennie już ponad 30 lat. Nie sposób nie wspomnieć, że w tym czasie wspomniany akt prawny był nowelizowany ponad 160 razy. Mimo tego, można określić Policję jako trwałą strukturę, posiadającą nazwę własną, a także podstawę prawną działania – wspomnianą konstytucję. Od 1998 roku, w wyniku reformy ustrojowej kraju, Policja stała się częścią tzw. administracji zespolonej. Od tego momentu działa w systemie podwójnego podporządkowania, które według Majera odbywa się w dwóch układach: „pionowym (organy hierarchicznie wyższego stopnia) oraz poziomym (wojewoda i jednostki samorządu terytorialnego)”.¹⁸⁴ Zgodnie klasyfikacją działań strategicznych w sferze bezpieczeństwa, którą możemy znaleźć

¹⁸⁰ Termin policja używam synonimicznie z organizacja, instytucja, formacja.

¹⁸¹ http://policja.eprace.edu.pl/630.Geneza_pojecia_%E2%80%9E_policja_%E2%80%9D.html
dostęp 28.03.2023

¹⁸² W ten sam sposób została zdefiniowana w Słowniku terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego: POLICJA (ang. police) – umundurowana i uzbrojona formacja przeznaczona do zapewnienia obrony i bezpieczeństwa obywateli oraz utrzymania porządku publicznego. (Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego, 2008 (red): Kaczmarek J., Łepkowski W., Zrodowski B., s. 101)

¹⁸³ Ustawa o Policji z dnia 6 kwietnia 1990 r. (Dziennik Ustaw z 1990 r. nr 30, poz. 179 ze zm.)

¹⁸⁴ Majer P. (2020): O potrzebie uchwalenia nowej ustawy o Policji – uwagi na marginesie kilku projektów, W: Studia Prawnoustrojowe 50, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, s. 311

w Strategii Bezpieczeństwa Narodowego RP, Policja jest najważniejszą służbą wykonującą zadania ochronne.¹⁸⁵

Na czele Policji w Polsce stoi Komendant Główny Policji. Dzisiaj funkcję tę pełni generalny inspektor doktor Jarosław Szymczyk. Komendant jest centralnym organem administracji rządowej, a jego podstawowy cel jest tożsamy z tym, który spoczywa na Policji, a więc konsekwentnie wspomniane bezpieczeństwo ludzi i porządek publiczny. Komendant Główny Policji podlega Ministrowi Spraw Wewnętrznych i Administracji. Jest on powoływany i odwoływany przez Prezesa Rady Ministrów na wniosek ministra właściwego do spraw wewnętrznych. Jest przełożonym (zwierzchnikiem) wszystkich policjantów oraz koordynuje funkcjonowanie każdej jednostki Policji w Polsce.

Biorąc pod uwagę polskie prawo, pojęcie *policja* występuje w znaczeniu przedmiotowym i podmiotowym. W tym pierwszym, na co uwagę zwraca Borkowska, chodzi o: „sferę działalności państwa, która wiąże się ze stosowaniem przez policję przymusu wobec niektórych osób czyli instytucji”.¹⁸⁶ Z kolei istotą podmiotowego znaczenia jest ochrona konstytucyjnego ustroju państwa, zapewnienie ładu i porządku publicznego, a za realizację tego celu odpowiedzialne są zorganizowane korpusy osobowe.¹⁸⁷ Chodzi zatem o powołane zespoły ludzi skupiających się wokół tej formalnej, uzbrojonej i umundurowanej organizacji. To ludzkie korpusy, nazywane też *grupami dyspozycyjnymi*, dla których przygotowanie do ochrony i bezpośredniego sprawowania ochrony dóbr ważnych dla całego systemu społecznego i poszczególnych osób przez posługiwanie się lub zagrożenie posłużeniem się w imieniu państwa „środkami przymusu bezpośredniego lub przez bezpośrednie oddziaływanie bodźcami”, jest podstawą funkcjonowania i egzystencji (zawodowej).¹⁸⁸ Zatrzymajmy się na moment przy wspomnianych grupach dyspozycyjnych, które jak pisze Borkowska: „(...) tworzone w systemie bezpieczeństwa wykazują ciągłą gotowość do podejmowania działań specjalnych z racji posiadanych uprawnień (dyspozycyjność w rozumieniu wąskim), różnych od działań regularnych (dyspozycyjność rozumiana w szerokim znaczeniu), prowadzonych w sposób zorganizowany, profesjonalny, a niejednokrotnie z powodów politycznych aktywności te nie są ujawnione opinii publicznej. Głównym przejawem ich dyspozycyjności

¹⁸⁵ Strategia Bezpieczeństwa Narodowego Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2014, s. 36

¹⁸⁶ Borkowska K. (2018): Charakterystyka policji jako grupy dyspozycyjnej w systemie bezpieczeństwa państwa, W: Eunomia, 1(94), s. 119

¹⁸⁷ Por. Długosz Z. (2010): Organy policyjne W: Organy korporacje ochrony państwa, Sagan S. (red), Wyd. Prawnicze LexisNexis, Warszawa, s. 15

¹⁸⁸ Morawski Z. (1999): Funkcjonowanie policji w strukturze społecznej, Wrocław, s.18.

jest funkcja, jaką pełnią w przeciwdziałaniu i zwalczaniu skutków zagrożeń ekologicznych, cywilizacyjnych i społecznych, które mogłyby destabilizować życie danej społeczności lub społeczeństwa. Nie mogły być to działania żywiołowe lub amatorskie, lecz takie, które wymagałyby wysokich umiejętności i kwalifikacji od członków interweniujących formacji. Członkowie grup dyspozycyjnych muszą więc mieć wysokie kwalifikacje zawodowe, umiejętność sprawnego działania w rozmaitych sytuacjach, nawet w ekstremalnych warunkach. Oczekiwania w tym zakresie wzrastają w miarę rozwoju cywilizacyjnego i społecznego”.¹⁸⁹ Zasadnym wydaje się zwrócenie uwagi, iż członkowie tej grupy dyspozycyjnej, a więc policjanci, mogą wykonywać swoje obowiązki również wtedy, gdy podejmują czynności służbowe nie mając przy sobie środków przymusu bezpośredniego i nie będąc w mundurze (chodzi także o podejmowanie działań poza służbą).

Współcześnie Policja postrzegana jest jako nieodłączny element wymiaru sprawiedliwości. Ma zatem zapewniać porządek prawny w taki sposób, aby był zgodny z oczekiwaniami społecznymi obywateli. Realizacja nałożonych na Policję zadań w realiach demokratycznych polega, a przynajmniej powinna, na zachowaniu sprzężenia zwrotnego, wynikającego ze wzajemnych oczekiwań, na osi Policja – społeczeństwo. Pożądane zatem jest poznanie przez policjantów oczekiwań obywateli, ale też zrozumienie przez społeczeństwo roli, jaką Policja odgrywa w ich życiu. Nie bez znaczenia pozostaje także odpowiednie podejście do tej instytucji.¹⁹⁰ Istotną rolę odgrywa w związku z tym świadomość społeczna, gdzie poglądy oraz przekonania, mogą, ale nie muszą, sprzyjać funkcjonowaniu tej formacji. Ogromny wpływ na utrzymanie dobrej relacji na styku Policja – społeczeństwo, ma zatem zachowanie przez tą organizację proporcji między stosowaną represją, gdzie chodzi przede wszystkim o racjonalność przy podejmowaniu decyzji, a pełnieniem roli opiekuna oraz gwaranta bezpieczeństwa i porządku publicznego. To właśnie te dwa zakresy: zapewnienie bezpieczeństwa Polakom i utrzymanie porządku publicznego w naszym kraju, odgrywają najważniejszą rolę w działalności Policji. W wymienionych zakresach organizacja ta świadczy usługi publiczne, na które niewątpliwie ma monopol.

Istotny czynnikiem determinującym działania Policji, poza wspomnianym wymiarami, jest nieustanne poszukiwanie progresji w zwalczaniu przestępczości. Instytucja ta sięga zatem do prostych i solidnych podstaw, których fundamentem jest dialog z obywatelami, jako przejaw

¹⁸⁹ Borkowska K. (2018): Charakterystyka policji jako grupy dyspozycyjnej w systemie bezpieczeństwa państwa, W: Eunomia, 1(94), s.118

¹⁹⁰ Por. Maciejewski J. (2014): Grupy dyspozycyjne. Analiza socjologiczna, Wrocław, s. 127-130.

dualistycznego wymiaru tej formacji, działając tym samym w myśl słów Roberta Peel'a: „We wszystkich podejmowanych przez siebie działaniach policjanci zawsze winni przestrzegać zasady, że Policja to społeczeństwo, a społeczeństwo to Policja”.¹⁹¹ Zatem o otwarciu się na obywateli, ale też na media tutaj mowa. O tendencji tej pisze Stawnicka, podkreślając, że: „jest jednym z podstawowych założeń, którym w swojej służbie kieruje się polska Policja. Otwartość ta przejawia się z jednej strony w informowaniu społeczeństwa o zadaniach Policji, z drugiej – w pozyskiwaniu informacji na temat oczekiwań społecznych”.¹⁹² Mazur pisze z kolei: „Zewnętrzne i wewnętrzne komunikowanie się Policji jest obszarem niezbadanym. Wynika to z dwóch przyczyn. Pierwsza to kreowanie samego procesu komunikowania – w Policji widoczne dopiero po roku 2000 i często niedoceniane. Druga to brak otwartości i gotowości policjantów do badań tej organizacji prowadzonych z zewnątrz. Syndrom obłądzonej twierdzy widoczny jest zarówno w wypowiedziach rzeczników, jak i obserwacjach publicystów. Wspierany przez filtrowanie informacji przez Policję wynikające z tajemnicy służbowej i deficytów wiedzy o komunikowaniu czy też braku doświadczenia rzeczników, powoduje budowanie nie w pełni korzystnego wizerunku tej organizacji”.¹⁹³ Wracając do otwierania się Policji na środowisko naukowe, to wydaje się, iż przełom nastąpił za sprawą profesor Jadwigi Stawnickiej, która w 2009 roku wkroczyła na teren dotąd niezbadany i „rewolucjonizowała” polskie środowisko policyjne. Warto podkreślić, iż kolebką tej rewolucji stał się Śląsk. A wszyskiemu dała początek monografia *Komunikacja w sytuacjach kryzysowych* wydana w 2010 roku, stanowiąca propozycję do dalszej dyskusji w ramach badań nad szeroko rozumianym komunikowaniem w sytuacjach kryzysowych. Profesor Stawnicka zaprosiła wówczas do współpracy przedstawicieli Policji, Centralnego Biura Śledczego, Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie, Okręgowego Inspektoratu Służby Więziennej w Katowicach, Zakładu Karnego w Lublińcu, Aresztu Śledczego w Katowicach, a nawet Port Lotniczy „Katowice”. Warto w tym miejscu wymienić kilka interesujących monografii i artykułów autorstwa badaczki: *Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa: rzecz o polskiej Policji, Kryminalistyczny ślad językowy. Czy istnieje językowy odcisk palca?; Strategia marketingu narracyjnego w Policji: nowoczesny wymiar kreowania wizerunku; Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii* i wiele innych.

¹⁹¹ “(...) the police are the people and the people are the police” - Robert Peel, założyciel Policji w Londynie, 1829.

¹⁹² Stawnicka J.(2013): *Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa : rzecz o polskiej Policji*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 56,

¹⁹³ Mazur J. (2012): *Komunikowanie się Policji ze społeczeństwem, organami administracji państwowej i samorządowej. Studium socjologiczne*, Kraków, s. 229

Wydaje się, że policyjni decydenci mają świadomość, iż współczesne społeczeństwo generuje wpływ na sposób funkcjonowania tej formacji. Istotą podejmowanych przez Policję działań, jest zatem nie tylko wywiązanie się z nałożonych na nią zadań prawnych, lecz budowanie co najmniej poprawnych relacji z otoczeniem, co ma służyć pogłębieniu społecznego zaufania, a do czego mogą się przysłużyć najróżniejsze inicjatyw. Nawiązuje do tego z resztą Zarządzenie nr 805 Komendanta Głównego Policji z dnia 31 grudnia 2003 r.: Zasady etyki zawodowej policjanta: „§ 2: W sytuacjach nieuregulowanych przepisami prawa lub nieujętych w niniejszych zasadach etyki zawodowej policjant powinien kierować się zasadami współżycia społecznego i postępować tak, aby jego działania mogły być przykładem praworządności i prowadziły do pogłębiania społecznego zaufania do Policji”. Policja potrzebuje zatem społeczeństwa obywatelskiego (aktorów indywidualnych ale i instytucjonalnych) skłonnego w większym lub mniejszym stopniu do kooperacji.¹⁹⁴ Biorąc pod uwagę sposoby działania społeczeństwa, warto zwrócić uwagę na dwa podejścia: „teorię działania strategicznego” oraz podejście humanistyczne.¹⁹⁵ Ciekawie te dwa przypadki wyjaśnia Mazur pisząc, iż w ramach pierwszego: „działania ludzkie uważa się za wyłącznie racjonalne, opierające się na trwałej kalkulacji, ukierunkowane na maksymalizację zysków i minimalizację strat. W tym wymiarze działanie jednostki jest wypadkową ograniczeń i możliwości w sytuacji działania, a dynamikę całości tworzy wielość działań indywidualnych. Zakłada się w tym paradygmacie racjonalność indywidualnego aktora, działającego w ustalonych warunkach brzegowych, które są parametrami uwzględnianymi w projektowaniu działania”.¹⁹⁶ Trzeba tutaj jeszcze zaznaczyć istotną z punktu widzenia podejmowanych dociekać w tej rozprawie, rolę działań prewencyjnych w dyskursie policyjnym, które są przejawem konsekwentnie przywoływanej wielowymiarowości. Ciekawie o prewencji pisze Gwaryński: „wpływa na możliwość sytuacyjną i dyspozycyjną sprawcy, czyniąc jego czyn trudnym (nieoptymalnym) do wykonania lub wręcz niewykonalnym. Ponieważ cele Policji i sprawcy przestępstwa są rozbieżne, a podmioty te umyślnie sobie przeszkadzają, to prewencja w takim przypadku jest jednym ze sposobów walki, w której każda ze stron chce uniezależnić realizację swojego celu od dalszych działań przeciwnika”.¹⁹⁷ W przytoczonej już przeze mnie ustawie o Policji, za Frączek, czytamy, że:

¹⁹⁴ Por. Szacki J. (1997): Wstęp. Powrót idei społeczeństwa obywatelskiego, W: Ani książkę, ani kupiec – obywatel: idea społeczeństwa obywatelskiego w myśli współczesnej, Wydawnictwo Znak, Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków–Warszawa 1997, s. 53.

¹⁹⁵ Sztompka P. (2002): Socjologia: analiza społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków

¹⁹⁶ Mazur J. (2012): Komunikowanie się Policji ze społeczeństwem, organami administracji państwowej i samorządowej. Studium socjologiczne, Kraków, s. 30.

¹⁹⁷ Gwaryński R. (2020): Wybrane problemy działań prewencyjnych Policji W: Zeszyty Naukowe SGSP, Nr 74/2/2020 s. 303

„do podstawowych zadań organów bezpieczeństwa należy inicjowanie i organizowanie działań, mających na celu zapobieganie popełnianiu przestępstw i wykroczeń oraz współdziałanie w tym zakresie z organami państwowymi, samorządowymi i społecznymi.”¹⁹⁸ I to właśnie te działania, są jednym z uzasadnień dualistycznej perspektywy Policji.

Dyskurs policyjny wzoruje się na praktykach dyskursu medialnego. Jest też publiczny, bo Policja, to formacja instytucjonalna, określona prawem dyskursu policji, a ten musi być z tych samych powodów dyskursem instytucjonalnym, w którym udział biorą tylko funkcyjni aktorzy. W odniesieniu do kampanii skala występowania ilustracji dyskursu policyjnego wydaje się być obszerna, a wpływ na taki stan rzeczy mają działania funkcjonariuszy, zwłaszcza oficerów prasowych Policji, odpowiedzialnych za przygotowanie i udostępnianie na stronach internetowych tej instytucji komunikatów prasowych dotyczących kampanii, a także za organizowanie najróżniejszych eventów poza murami tej instytucji, których celem jest promocja tego programu prewencyjnego. Oczywiście obszerność dyskursu policyjnego nie wynika tylko z działań podejmowanych w ramach kampanii, lecz ze wszystkich obszarów działalności Policji. Trzeba też podkreślić, iż dyskurs policyjny tematycznie jest określony przez bezpieczeństwo, bo to jest pierwsze zadanie społeczne tej formacji. Warto w tym miejscu przywołać główne założenia kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, gdzie policjanci nawiązują bezpośrednio właśnie do niego: „Istotnym kierunkiem budowania systemu bezpieczeństwa jest więc dawanie wyraźnego sygnału przez mieszkańców regionu potencjalnym sprawcom, że ich negatywne zachowania nie pozostaną bez społecznej i instytucjonalnej reakcji”.¹⁹⁹

Aby usystematyzować dyskursu policyjny, trzeba go wymodelować, tak aby mógł stać się przedmiotem badań. Podejmując się tego zadania brałam pod uwagę następujące perspektywy: instytucjonalna, substancyjna, tematyczna oraz modalną/ideologiczną. Przyjrzyjmy się im bliżej. Jak pisze Waldemar Czachur: „Perspektywa instytucjonalna w projektowaniu dyskursu odnosi się do dyskursów obecnych w wybranej domenie życia społecznego z jej specyficznymi formami komunikacji. Istotnym kryterium dookreślającym dyskurs z perspektywy instytucjonalnej jest istnienie grupy podmiotów społecznych działających w ramach społecznie relewantnych instytucji”.²⁰⁰ W tym przypadku chodzi o ukazanie zarówno aktorów

¹⁹⁸ Frączek T.(1997): Zasady dobrego wychowania policjanta. Szczytno, s.2

¹⁹⁹<https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolec/nie-reagujesz-akceptuje> dostęp 31.03.2023

²⁰⁰ Czachur W. (2022): Czym jest lingwistyka dyskursu?, s.87 <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21957> dostęp 01.04.2023

wspomnianych domen, strategii komunikacyjnych, czy też gatunków mowy. W perspektywie substancyjnej zwraca się uwagę na nośniku dyskursu, który: „jednocześnie modeluje formy komunikacji i nie pozostaje bez wpływu na tworzone treści (...) Ważna w tym ujęciu jest zarówno kwestia materialności, umożliwiająca zaistnienie dyskursu, jak i jej wpływ na zjawisko medialności form komunikacji(...) kryterium instytucjonalne czy tematyczne może odgrywać istotną rolę w sposobie projektowania dyskursów substancyjnych jako przedmiotów badań”.²⁰¹ Perspektywa tematyczna związana jest z tą kategorią dyskursów, które są ukierunkowane na określony temat, czy zagadnienie. Czachur zwraca uwagę, iż w tym przypadku: „wtórny jest zarówno element instytucjonalny, jak i substancyjny dyskursu, ale nie pozostają one bez znaczenia dla analizy dyskursu, choć zależy to tylko od przyjętej perspektywy badawczej”.²⁰² Ostatnia z perspektyw - modalna/ideologiczna – odnosi się *stricte* do badania sposobu prowadzenia dyskursu, a więc chodzi tu przede wszystkim o przedmiot dyskursu. Wybór tej perspektywy nie wyklucza z procesu modelowania dyskursu innych wymiarów.²⁰³ Wobec powyższego, mając na uwadze wspomnianą już wielowymiarowość dyskursu policyjnego i wynikającą z niej możliwość przyjrzenia się dyskursowi z wielu perspektyw badawczych, w projektowaniu ilustracji dyskursu policyjnego w niniejszej pracy, zasadniczą rolę odgrywa perspektywa instytucjonalna. Wynika to przede wszystkim z przyjętego tematu rozprawy, którym jest ukazanie zaprojektowanych praktyk dyskursywnych kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”. A więc chodzi tu o ukazanie gatunków występujących w tym dyskursie, jego aktorów oraz stosowanych przez nich strategii komunikacyjnych. Tym trzem elementom szczegółowo przyjrzą się w części empirycznej rozprawy, natomiast dalsze rozważania w tym rozdziale kieruję w stronę ich ogólnego opisu.

²⁰¹ tamże,

²⁰² tamże, s. 88

²⁰³ tamże, s. 88

5.2. Charakterystyka dyskursu policyjnego

“the notion of "police discourse" is too big and vague”
Teun van Dijk²⁰⁴

W niniejszym rozdziale przyjmuję perspektywę, iż dyskurs policyjny będący przedmiotem tej rozprawy, jest publiczny, instytucjonalny, urzędowy, medialny, a także stanowi o bezpieczeństwie. Działania podejmowane w jego ramach odbywają się w ramach zaprojektowanych praktyk dyskursywnych. W polskiej literaturze językoznawczej można znaleźć zaskakująco mało publikacji na temat policyjnego dyskursu. Parafrazując Stawnicką, podobnie jak w dyskursie o bezpieczeństwie: „śladów włączenia się lingwistów w badania nad dyskursem policyjnym próżno szukać”.²⁰⁵ Jeśli chodzi o polskie językoznawstwo, to na uwagę zasługuje artykuł *Dyskursywny obraz policji w czasie epidemii koronawirusa* autorstwa Bartosza Hinc.²⁰⁶ Zaprezentowany w nim został obraz Policji uzyskany za pomocą analizy dyskursu, nie ma jednak nic wspólnego z poszukiwaniem cech dyskursu policyjnego. Do dyskursu dotyczącego funkcjonowania Policji na gruncie prawa nawiązuje Kubanek, a rozważania zawarte w jej artykule dotyczą jednego z obszarów funkcjonowania tej formacji, a mianowicie stosowania przymusu bezpośredniego wobec osób wykazujących zaburzenia psychiczne.²⁰⁷ Autorka podkreśla, iż do tej pory refleksje w tym kierunku nie były prowadzone, nazywając rozważania zawarte w swoim abstrakcie jako prekursorskie, których celem jest propagowanie wiedzy z zakresu relacji Policja – obywatel. Jest to świetna ilustracja dyskursu o policji, czyli rozważaniach, badaniach, refleksjach różnych nauk o policji jako formacji. Trzeba zaznaczyć, że dyskurs policyjny, który jest przedmiotem moich zainteresowań, nie jest związany z tym, który dotychczas został opisany w publikacjach: „Identity, self and other: the emergence of police and victim/survivor identities in domestic violence narratives”²⁰⁸, *Police discourse on racial profiling*²⁰⁹, *Police Discourses of Homosexual*

²⁰⁴ Cytat pochodzi z prywatnej korespondencji mailowej, którą otrzymałam od prof. Teuna van Dijka w dniu 22.02.2023

²⁰⁵ Stawnicka J. (2016): *Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 14

²⁰⁶ Hinc B. (2020): *Dyskursywny obraz policji w czasie epidemii* W: *Półrocznik Językoznawczy Tertium. Tertium Linguistic Journal* 5 (2), s. 48-61

²⁰⁷ Kubanek A. (2013): *Stosowanie przymusu bezpośredniego wobec osób wykazujących zaburzenia psychiczne* W: *Studia z zakresu prawa, administracji i zarządzania UKW*, t. 4,

²⁰⁸ Andrus, J. (2019). *Identity, self and other: the emergence of police and victim/survivor identities in domestic violence narratives*. *Discourse Studies*, 21(6), 636-659.

²⁰⁹ Glover, K. S. (2007). *Police discourse on racial profiling*. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 23(3), 239-247

Men in New-Zealand²¹⁰. Nie ma też wiele wspólnego z dyskursem policyjnym typowym dla policyjnych przesłuchań, któremu zostało poświęconych kilka zagranicznych prac: Police interviews with suspected paedophiles: A discourse analysis²¹¹, Facts, norms and dispositions: practical uses of the modal verb would in police interrogations²¹², czy też „Let me tell you about myself’: A method for suppressing subject talk in a 'soft accusation' interrogation”²¹³.

Kategoryzacja *instytucjonalny* powoduje, iż należy on do obszarów w miarę stabilnych zakresowo, o dość wyraźnych granicach. Mam też na uwadze spostrzeżenia van Dijka: “the notion of "police discourse" is too big and vague (...)The police as an institution uses many types of discourse, including interrogations, dialogues with suspects, with the public, internal conversations etc.”(...), „Press releases is just one of them”²¹⁴ Systematyzację zakresu dyskursu policyjnego ułatwia jego zaplecze formalno-prawne. Oto zadania podstawowe, które zostały przytoczone przez ustawodawcę w art. 1 ust. 2 Ustawy o Policji. Poniższe przykłady stanowią przedmiot działania tej instytucji, deklaracje policjantów, a także odwołania do nadawcy. W większości tych zadań powstają spetryfikowane teksty (dokumenty), a więc artefakty językowe, behawioralne i fizyczne:²¹⁵

- „ochrona życia i zdrowia ludzi oraz mienia przed bezprawnymi zamachami naruszającymi te dobra;
- ochrona bezpieczeństwa i porządku publicznego, w tym zapewnienie spokoju w miejscach publicznych oraz w środkach publicznego transportu i komunikacji publicznej, w ruchu lądowym i na wodach przeznaczonych do powszechnego korzystania;

²¹⁰ Praat, A. C., & Tuffin, K. F. (1996). Police Discourses of Homosexual Men in New-Zealand. *Journal of Homosexuality*, 31(4), 57-73

²¹¹ Bennenworth, K. (2009): Police interviews with suspected paedophiles: A discourse analysis” W: *Discourse & Society*, 20

²¹² Edwards, D. (2006): Facts, norms and dispositions: practical uses of the modal verb would in police interrogations. W: *Discourse Studies* 8

²¹³ Kidwell, M., & Martinez, E. G. (2010): Let me tell you about myself: A method for suppressing subject talk in a 'soft accusation' interrogation. W: *Discourse Studies*, 12

²¹⁴ Cytat pochodzi z prywatnej korespondencji mailowej, którą otrzymałam od prof. Teuna van Dijka w dniu 22.02.2023

²¹⁵ Pisząc o artefaktach fizycznych nie sposób nie wspomnieć o systemie identyfikacji wizualnej policjantów (wzory mundurów oznakowania pojazdów służbowych, naszywki, emblematy i wiele innych). Na uwagę zasługuje także fakt, iż każdym województwie policja ma w każdym województwie swoją maskotkę, wykorzystywaną do działań profilaktycznych związanych z nauką bezpieczeństwa wśród dzieci.

- inicjowanie i organizowanie działań mających na celu zapobieganie popełnianiu przestępstw i wykroczeń oraz zjawiskom kryminogennym i współdziałanie w tym zakresie z organami państwowymi, samorządowymi i organizacjami społecznymi;
- wykrywanie przestępstw i wykroczeń oraz ściganie ich sprawców;
- nadzór nad specjalistycznymi uzbrojonymi formacjami ochronnymi w zakresie określonym w odrębnych przepisach;
- kontrola przestrzegania przepisów porządkowych i administracyjnych związanych z działalnością publiczną lub obowiązujących w miejscach publicznych;
- współdziałanie z policjami innych państw oraz ich organizacjami międzynarodowymi, a także z organami i instytucjami Unii Europejskiej na podstawie umów i porozumień międzynarodowych oraz odrębnych przepisów;
- gromadzenie, przetwarzanie i przekazywanie informacji kryminalnych;
- prowadzenie zbiorów danych zawierających informacje gromadzone przez uprawnione organy o odciskach linii papilarnych osób, niezidentyfikowanych śladach linii papilarnych z miejsc przestępstw oraz o wynikach analizy kwasu deoksyrybonukleinowego (DNA)²¹⁶

W przedstawionych powyżej przedmiotach działań Policji powstaje wiele przepisów, wyrażanych właśnie jako spetryfikowane teksty tj. plany działań (plany zabezpieczenia imprez masowych, plany reagowania kryzysowego, plany związane z obronnością), porozumienia o współpracy transgranicznej, bazy danych: KSIP (Krajowy System Informacyjny Policji), AFIS (Automatyczny System Identyfikacji Daktyloskopijnej), KCIK (Krajowe Centrum Informacji Kryminalnych), KMZB (Krajowa Mapa Zagrożeń Bezpieczeństwa), PRIM (Policyjny Rejestr Imprez Masowych), SEWiK (System Ewidencji Wypadków i Kolidacji), SIS (System Informacyjny Schengen), listy gończe, listy żelazne, nakazy aresztowania, europejskie nakazy zatrzymania, czy też dokumenty tworzone na potrzebę nadzorowania: infrastruktury krytycznej, energetycznej, agencji ochrony, czy też straży miejskich. Nas najbardziej interesuje punkt „*inicjowanie i organizowanie działań mających na celu zapobieganie popełnianiu przestępstw i wykroczeń oraz zjawiskom kryminogennym i współdziałanie w tym zakresie z organami państwowymi, samorządowymi i organizacjami społecznymi*”, gdzie powstaje szereg programów prewencyjnych oraz działań profilaktycznych, dostosowanych do lokalnych potrzeb, których najważniejszym celem jest

²¹⁶ Ustawa z 6 kwietnia 1990 r. o Policji (Dz.U. 1990 Nr 30, poz. 179 z późn. zm)

integracja społeczeństwa i zachęcanie do współpracy z Policją.²¹⁷ To przy okazji ich inicjowania i organizowania powstaje szereg spetryfikowanych tekstów, między innymi interesująca nas w rozprawie kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” (jej komunikaty prasowe, plakat, logotyp, spoty reklamowe). W tym miejscu najistotniejszą rolę odgrywa właśnie prewencja wyrażana również symbolicznie. Niektóre z przedstawionych powyżej zadań podstawowych realizowane są w formie czynnościowej (np. patrolowanie, obchód, obezwładnienie, oględziny, przeszukanie, poszukiwanie, prewencyjne użycie środków przymusu bezpośredniego, pościg, śledzenie, krótkotrwały zabór pojazdu). Wiele z nich realizuje się za pomocą komunikacyjnych praktyk dyskursywnych, które są ściśle określone przez samego ustawodawcę lub są determinowane przez akty normatywne prawa wewnętrznego, regulujące między kwestie związane z wykonywanymi przez policjantów obowiązków czy też dotyczą organizacji służby w policji.²¹⁸ Inne mają pewną dowolność i miejsce na kreację funkcjonariusza (notatki służbowe, zapisy w notatnikach służbowych).²¹⁹ Jednak największy poziom dowolności dostrzegalny jest w działaniach prewencyjnych (np. plany zabezpieczeń determinowane specyfiką danego miasta/powiaty/poziomem przestępczości) oraz profilaktycznych realizowanych przez policjantów. Nade wszystko jednak największa swoboda oparta na kreatywności, wyczuciu ale i intuicji, zauważalna jest w działalności oficerów prasowych Policji, czego najlepszym przykładem jest interesująca mnie kampania. Wątek ten będzie przywoływany w dalszej części pracy.

Na dwuwymiarowość charakteryzującą dyskurs policyjny zwróciła uwagę Rudnicka, pisząc, iż: „charakter działalności Policji ma postać dualistyczną”.²²⁰ Z jednej strony do zadań należy ochrona mieszkańców i utrzymywanie porządku społecznego, a z drugiej – karanie

²¹⁷ Żabiński pisze: „W ubiegłych latach działało w Polsce 1268 różnych programów profilaktycznych inspirowanych przez Policję” (Żabiński G. (2019): Zarządzanie wizerunkiem polskiej Policji jako element kształtowania poczucia bezpieczeństwa obywatel W: Współczesne aspekty relacji i komunikacji, Grzegorzczak A. (red.), Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa s. 126

²¹⁸ Za przykład może posłużyć nie opisane co prawda wprost w podstawowych zadaniach, ale wynikające z działań podejmowanych w celu ich realizacji, wyróżnianie udzielane policjantom w sposób uroczysty (OBWIESZCZENIE MINISTRA SPRAW WEWNĘTRZNYCH I ADMINISTRACJI z dnia 14 maja 2020 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie szczegółowego trybu postępowania przy udzielaniu wyróżnień policjantom - Dziennik Ustaw - rok 2020 poz. 893).

²¹⁹ Na uwagę w tym miejscu zasługują taktyki i techniki interwencyjne realizowane przez policjantów, a także prenegocjacje i negocjacje policyjne, w których nie tle dowolność, co kreatywność policjanta ma ogromne znaczenie. Oczywiście na tego typu działania składa się wiele czynników m.in.: obowiązujące przepisy prawa, doświadczenie policjantów, reguły interwencyjnego postępowania, elementy zastałej sytuacji, znajomość zachowań ludzkich, empatia, umiejętność podejmowania decyzji przez policjanta, jego kreatywność, ale i sprawność fizyczna.

²²⁰ Rudnicka M.(2016) Ogólna charakterystyka Policji jako formacji uzbrojonej i umundurowanej oraz jej wielowymiarowość <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=472292> dostęp 15.01.2023

złoczyńców. Chodzi więc o wykonywanie takich czynności jak: zatrzymanie, legitymowanie czy dokonywanie kontroli, a z drugiej wynika z czynności operacyjno – rozpoznawczych, dochodzeniowo – śledczych (jako element działań procesowych), jak również administracyjno – porządkowych, co wiąże się z występowaniem Policji w strukturze organów ścigania karnego. Można rzec, że o takie elementy tutaj chodzi jak: o patrolowanie, ściganie, sporządzanie faktografii podczas czynności procesowo – operacyjnych, opiniowanie zgromadzonych faktów, prowadzenie administracji (działanie w terenie, ale i na komendzie/komisariacie), a także szereg interakcji na osi część społeczeństwa – uprzywilejowani policjanci. Dualizm wynika więc z działań faktycznych Policji i ich fundamentu. Mowa o przyjętych normach prawnych, pociągających za sobą skutki prawne, oraz czynnościach, na które składają się przepisy procedury karnej.²²¹

5.3. Gatunki w dyskursie policyjnym

W pracy przyjmuję perspektywę, że gatunki występujące w dyskursie policyjnym stanowią kategorie nierozmyte, o wyraźnie zarysowanych granicach. To z kolei powoduje, iż dyskurs policyjny staje się wyrazisty. Tę wyrazistość zapewnia mu przynależność do szerszej kategorii dyskursu instytucjonalnego. W dyskursie policyjnym można wyróżnić następujące spetryfikowane gatunki m.in.: mandat, pouczenie, notatka służbowa, protokół zatrzymania osoby, protokół przeszukania osoby, protokół zatrzymania rzeczy, formularz tzw. niebieskiej karty, protokół przesłuchania świadka, pisemne wydawanie nakazów natychmiastowego opuszczenia przez osobę stosującą przemoc w rodzinie wspólnie zajmowanego mieszkania, pisemny zakaz zbliżania się do mieszkania i jego bezpośredniego otoczenia, wezwanie sprawcy wykroczenia, pouczenie sprawcy wykroczenia/przestępstwa, protokół na żądanie osoby z kontroli osobistej, wnioski do sądu o ukaranie w razie odmowy przyjęcia mandatu, protokół badania na zawartość alkoholu w wydychanym powietrzu, protokół z użycia narkotestera, protokół z zatrzymania osoby nieletniej. W przypadku rzecznictwa prasowego policji, stałej składowej tego dyskursu, są to następujące gatunki migrujące z dyskursu medialnego: konferencje prasowe, telekonferencje, briefingi, wywiady telewizyjne, radiowe, newsletter. Jako że w przedmiotowej kampanii nie są stosowane wymienione gatunki z centrum dyskursu policyjnego, poniżej zostaną dokładniej przedstawione te, których

²²¹ Tarno J. (2005): Policja jako organ administracji o kompetencjach szczególnych W: Policja w strukturach administracji publicznej, Babiński A., Bogdalski P. (red.), Policja w strukturach administracji publicznej, Szczytno 2005, s. 11.

realizacje tekstowe odwzorowuje zebrany materiał. Przede wszystkim chodzi tutaj o komunikaty (notatki) prasowe, spot reklamowy, plakat kampanii oraz jej logo.

Zasadniczą częścią materiału zostały komunikaty oficerów prasowych, które realizują wzorzec notatki prasowej. Notatka prasowa została opisana przez Marię Wojtak w monografii *Gatunki prasowe* jako jeden z dziewięciu podstawowych gatunków prasowych. Autorka traktuje ją jako informację poszerzoną wiadomości, która tworzy własne konwencje, a jej pole gatunkowe ma koncentryczny układ. To także przykład informacji pełnej i przede wszystkim samodzielny gatunek informacyjny, który badaczka definiuje jako „rozbudowaną wzmiankę”²²². Wojtak wyróżnia dwie odmiany notatek prasowych: pierwsza, to „notatka autonomiczna drukowana w otoczeniu innych gatunków wypowiedzi poświęconych zwykle zróżnicowanej tematyce”²²³; druga, to notatka stowarzyszona (seryjna).²²⁴ Wojtak zwraca także uwagę, iż w wersji kanonicznej opisywany tutaj gatunek jest wypowiedzią dwusegmentową, opatrzoną nagłówkiem złożonym zazwyczaj z nadtytułu i tytułu właściwego. W tym przypadku najczęściej mamy do czynienia z notatką z dominantą informacyjną. Autorka wyróżnia także notatki z dominantą publicystyczną, które realizują wzorce alternacyjne, nawiązujące swoją formą do konwencji komentarza lub reportażu.²²⁵ Można zatem powiedzieć, że to co różni notatkę kanoniczną od alternacyjnej, to intencja przekazu. Notatki kanoniczne charakteryzują się szczegółowym i przystępnym powiadomieniem o pojedynczym fakcie/zdarzeniu. Natomiast notatki alternacyjne mają za zadanie powiadomić o czymś i to skomentować lub powiadomić w formie reportażu, co powoduje, iż stają się one polem o rozmytych granicach.²²⁶ Korpus notatki tworzą zazwyczaj „dwa lub trzy akapity skomponowane zgodnie z zasadą odwróconej piramidy”, przez co gatunek ten ma do pewnego stopnia spetryfikowaną naturę.²²⁷

Na potrzebę tego programu prewencyjnego przygotowano sześć materiałów audiowizualnych zatytułowanych: Kradzież kabli, Kradzież samochodu, Kradzież energii, Rozbój, Wandale oraz ostatni, dotyczący bezpieczeństwa nad wodą, bez tytułu. Spot reklamowy to materiał wideo emitowany w telewizji lub kinie przeznaczony do celów

²²² Wojtak M. (2004): *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 56

²²³ Tamże,

²²⁴ Wojtak podkreśla, iż seryjność w tym przypadku nie determinuje występowania notatek w sposób analogiczny do seryjnych wzmianek. (Wojtak M. (2004): *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 56)

²²⁵ tamże, s. 75

²²⁶ tamże, s. 77

²²⁷ tamże, s. 57

promocyjnych skierowany do odbiorcy masowego, trwający od 15 do 60 sekund. Jego celem nie jest tylko zachęcenie potencjalnych klientów do nabycia określonego towaru lub usługi, ale również zasygnalizowanie danego problemu społecznego i zachęcenie do działania, które zapobiega temu problemowi lub prowadzi do zminimalizowania jego skutków.²²⁸ Kampania ma więc charakter społeczny, niekomercyjny. Stosuje się ją do zmiany postaw humanistycznych, społecznych, obywatelskich i symbolicznych, które są głęboko zakorzenione w świadomości wspólnoty medialnej. Finansowaniem tego przedsięwzięcia zajmuje się Śląski Urząd Wojewódzki w Katowicach w ramach *Rządowego Programu ograniczania przestępczości i aspołecznych zachowań Razem Bezpieczniej im. Władysława Stasiaka*. Śląska Policja w takim przypadku jawi się tutaj jako pomysłodawca, producent, ale i twórca kampanii.

Plakat jest tu postrzegany jako gatunek reklamowy (perswazyjny) oraz logowizualny (multimodalny) użyty na potrzeby dyskursu policyjnego.

Wreszcie logo to „znak, który składa się z sygnetu (symbolu graficznego) i logotypu (tekstowego przedstawienia nazwy)”.²²⁹ To forma minimalistycznego połączenia obrazu i słowa, zaprojektowanego w taki sposób, aby zrozumienie odbywało się szybko a nawet automatycznie. Dzieje się to dlatego, że logo może towarzyszyć zarówno wszelkim tekstom symbolicznym: werbalnym i multimodalnym, jak i artefaktom (samochodom, prezentom, gadżetom, ubraniom). Może dzięki swej zwięzłości być także samodzielny bibelotem jak naklejka, wpinka, agrafka, guzik itp.

Przyjrzyjmy się kolejnym komponentom praktyk w dyskursie, a więc aktorom dyskursu policyjnego. Zostaną oni ograniczeni do udziałowców przedmiotowej kampanii.

5.4. Aktorzy dyskursu

Podjmując się próby wymodelowania dyskursu policyjnego, mam na uwadze warunki sytuacyjne, determinujące i kreujące zachowania werbalne jego uczestników. Za Czachurem zwracam w tym miejscu uwagę, iż w przypadku opisu aktorów, podmiotów, czy też uczestników dyskursu chodzi przede wszystkim o przyporządkowanie punktów widzenia i perspektyw do konkretnych działań, a także sensów i znaczeń w badanym dyskursie. Opis ten

²²⁸ M. Karwacka: Marketing społeczny, <http://www.spolecznieodpowiedzialni.pl/files/file/on08vplw7ctjowgvuihdefmbrqs1td.pdf> dostęp 02.07.2014, s. 48

²²⁹ Mruk H. (2004:) *Komunikowanie się w marketingu*, PWE, Warszawa

pozwała uchwycić udział społeczeństwa w debacie. Faktem jest, iż dyskurs policyjny jest kreowany przez praktyki komunikacyjne członków tej formacji ściśle określonych co do ich zadań. To nadaje mu charakter instytucjonalny i urzędowy. Mimo tego, interakcje w ramach tego dyskursu wychodzą daleko poza ramy i mury Policji. Te dwa czynniki determinują zachodzący w dyskursie policyjnym układ interakcyjny, który może wystąpić na styku:

- policjantka/policjant – policjantka/policjant;
- policjantka/policjant – sprawczyni/sprawca przestępstwa/wykroczenia
- policjantka/policjant – członkini/członek społeczności;
- policjantka/policjant – elity symboliczne.

Na osi policjantka/policjant – policjantka/policjant mam na uwadze działania między funkcjonariuszami ze względu na zależności i powiązania w obiegu postępowania formalistycznego, ze względu na podległość wobec przełożonego (raporty), ze względu na pracę w stworzonym w komendzie/komisariacie zespole. Za przykład może posłużyć raport dotyczący podjęcia dodatkowej pracy lub rozkaz personalny mianowania, wyznaczenia lub powołania na stanowisko służbowe.

W przypadku relacji policjantka/policjant – sprawczyni/sprawca przestępstwa/wykroczenia chodzi o tych, którzy muszą się podporządkować normom i porządkowi oraz po drugiej stronie tych, którzy owych norm i porządku delegowani są pilnować. Mowa tutaj o czynnościach podejmowanych przez funkcjonariuszy wobec naruszających porządek. W tej interakcji występują spetryfikowane gatunki m.in. w postaci mandatu, protokołu zatrzymania osoby, czy też pisemny zakaz zbliżania się do mieszkania i jego bezpośredniego otoczenia.

Jeżeli chodzi o interakcję pomiędzy policjantką/policjantem i członkinią/członkiem społeczności, to zachodzi ona w przyjęciu przez tego ostatniego roli: pokrzywdzonego, sygnalisty czy świadka. Czasami zostaje nim z własnej woli, innym razem jest do niej przymuszony przez okoliczności. Czasami jest członkiem społeczności lokalnej, regionalnej, innym razem etnicznej, narodowej, obejmującej terytorium jednego kraju. Za przykład może posłużyć formularz tzw. niebieskiej karty, protokół przesłuchania świadka, protokół przyjęcia ustanego zawiadomienia o przestępstwie i przesłuchania w charakterze świadka osoby zawiadamiającej,

Co się zaś tyczy relacji na styku policjantka/policjant – elity symboliczne, to mam na myśli współpracę Policji z innymi organizacjami, usankcjonowanymi wspólnotami, innymi

instytucjami w porządku administracyjnym kraju. Czasami te kontakty są konieczne, innym razem tylko zalecane, jeszcze czasami powstają w poszukiwaniu profitów jednych albo drugich. Przedstawione interakcje mają postać komunikacji odbywającej się w przestrzeni publicznej, w której może znaleźć się każdy mieszkaniec Polski. Związane są także z zapewnieniem bezpieczeństwa w tej właśnie przestrzeni. Praktyki wykonywane przez wymienionych aktorów w opisanych interakcjach mają charakter publiczny często urzędowy. W tym rozumieniu dyskurs policyjny jest podrzędny wobec dyskursów publicznego i urzędowego. Uczestnicy dyskursu policyjnego nie dzielą wspólnego otoczenia, lecz wartość jaką jest bezpieczeństwo. Przypominam w tym miejscu formalną charakterystykę policjantów. Są nimi:

„obywatele Rzeczypospolitej Polskiej którzy służą wiernie Narodowi, chronią porządek prawny i strzegą bezpieczeństwa Państwa, nawet z narażeniem życia. Dochowują przy tym wierności konstytucyjnym organom Rzeczypospolitej Polskiej, przestrzegają dyscypliny służbowej oraz wykonują rozkazy i polecenia przełożonych. Strzegą także tajemnic związanych ze służbą, honoru, godności i dobrego imienia służby oraz przestrzegają zasad etyki zawodowej.”²³⁰

Szczególnym przypadkiem w tym opisie są uczestnicy przedmiotowej kampanii. Jest ona przykładem interakcji społecznej, skierowanej przez funkcjonariuszy w specyficznej roli do odbiorcy masowego. To determinuje zachowanie projektowanego odbiorcy – on sam decyduje, czy chce wejść w taką interakcję i podjąć w jej efekcie jakąś reakcję lub przyjąć pewne przekonania. Dalej zaś określone działania prasowe policjantów mają wywrzeć wpływ na społecznym odbiorcy. Legitymizacja takich działań symbolicznych policjantów jest konstruowana zatem przez dyskurs policyjny z jednej strony, lecz medialny – z drugiej strony, bo jest nastawiony na kształtowanie opinii społecznej. Bardzo dobrze oddaje przenikanie się tych dwu praktyk dyskursywnych zakładany efekt interakcji, jest nim tworzenie poczucia społecznej odpowiedzialności za poziom bezpieczeństwa w najbliższym otoczeniu, a także wykreowanie wspólnoty reagującej na przypadki łamania prawa.

²³⁰ Art. 27 Rota Ślubowania - Dz.U.2023.0.171 t.j. - Ustawa o Policji z dnia 6 kwietnia 1990 r.

5.4.1. Oficerowie prasowi Policji

Oficerowie prasowi Policji w interesującym nas wycinku dyskursu policyjnego pełnią rolę najważniejszą. Nazywam ich protagonistami, bez których dyskurs ten nie miałby racji bytu, bo to oni tworzą teksty kampanii, publikują je na stronach internetowych Policji, a także promują to przedsięwzięcie.

Rzecznictwo prasowe jako zagadnienie wieloaspektowe znalazło swoją charakterystykę w pracach kilkorga badaczy. Warto wspomnieć o obszernym opracowaniu poświęconemu w całości rzecznictwu prasowemu *Rzecznictwo prasowe. Teoria – praktyka – konteksty* Krzysztofa Gajdki i Zbigniewa Widery (2010) czy też o *Media relations służb mundurowych w Polsce. Analiza wybranych formacji* Sławomira Gawrońskiego (2011). Teoretycznym problemom w kontekście praktyki zawodowej oficerów prasowych Policji, poświęcone zostało wyczerpujące interdyscyplinarne kompendium Jadwigi Stawnickiej *Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa: rzecz o polskiej Policji* (2013), w szczególności rozdział *Media relations Policji. Kreowanie wizerunku poprzez działalność oficera*

Rola przypisana oficerom prasowym polskiej Policji jest zupełnie inna, niż policjantów służby prewencyjnej, kryminalnej, śledczej, spraw wewnętrznych, kontrterrorystycznej czy też zwalczającej cyberprzestępczość. Mimo tego to nadal umundurowani i uzbrojeni funkcjonariusze, których główna rola została sprowadzona do działań prasowo – informacyjnych. To nie wyklucza realizacji zadań ustawowo na nich nałożonych tj. ochrona życia i zdrowia ludzi oraz mienia, a także ochrona bezpieczeństwa i porządku publicznego. Jednak ich głównym zadaniem jest realizacja przedsięwzięć w zakresie działalności prasowo – informacyjnej Policji, udzielanie informacji przedstawicielom mediów w zakresie zgłaszanych przez nich pytań czy też problemów. Zajmują się także informowaniem środków społecznego przekazu (a także społeczeństwa) o podejmowanych inicjatywach i przedsięwzięciach, które służą zapobieganiu i zwalczaniu przestępstw i wykroczeń oraz zjawisk kryminogennych. Ich realizacja oparta jest na współdziałaniu w tym zakresie z organami państwowymi, samorządowymi i organizacjami społecznymi. Policjanci ci reprezentują nie tylko kierownictwo danego szczebla, ale i całą organizację. Im lepszy wizerunek tej formacji w społeczeństwie, tym łatwiej „służy się” się pozostałym funkcjonariuszom. Komunikaty prasowe tworzące przedmiotową kampanię tworzyli i tworzą właśnie oficerowie prasowi, redagują te notatki, publikują, a także dbają o ich rozpowszechnianie w mediach, nowych mediach a także nowych, nowych mediach.

Sokołowski pisze, że „nie ma skutecznie działającej policji bez informacji od obywateli. Im większe zaufanie, tym więcej informacji, a im więcej informacji, tym większa skuteczność i większe zadowolenie obywateli. Nieoceniona w tym procesie jest rola oficera prasowego, który nie jest reaktywnie działającym policjantem, a działając w sposób systemowy i przemyślany, stara się mieć wpływ na to, co zostanie pokazane, czy też napisane”.²³¹ Narzędziem, które mu w tym pomaga, jest strona internetowa Policji, jako pierwsze i wiarygodne źródło informacji o działalności tej formacji. Jej wykorzystanie pozwala na ominięcie pośredników (bywa nierzetelnych).

Rzecznicy prasowi dysponują wsparciem kilkusobowych zespołów prasowych składających się zarówno z funkcjonariuszy, jak i pracowników cywilnych. Z kolei oficerowie prasowi prowadzą swoją działalność prasowo – informacyjną jednoosobowo w komendach miejskich i powiatowych, a więc w jednostkach terenowych każdego województwa. Co ważne, między rzecznikami i oficerami prasowymi występuje podległość służbowa, wynikająca z konstrukcji stosunku służbowego. Można pokusić się o stwierdzenie, iż rzecznik prasowy względem oficera prasowego zajmuje pozycję władczą, a także szeroki zakres swobody działania. Oczywiście oficerowie prasowi podlegają bezpośrednio swoim komendantom z jednostek terenowych, ale rzecznik prasowy wydaje się być dla oficerów *primus inter pares*. Tak więc i jedni i drudzy, projektują założenia i zasady polityki informacyjnej swoich komendantów, monitorują i analizują informacje prezentowane w środkach masowego przekazu, zajmują stanowiska wobec informacji prasowych dotyczących swojego kierownictwa, zajmują się obsługą prasowo – informacyjną zaistniałych zdarzeń. Rzecznik prasowy Policji koordynuje jednak pracę oficera prasowego, a także nadzoruje ją merytorycznie. Nie prowadzi też strony internetowej komendy wojewódzkiej. Zadanie to wykonuje zespół prasowy, na czele którego stoi. Oficer prasowy policji „działa” w tym zakresie w pojedynkę, sam tworzy teksty, redaguje je a następnie publikuje. Przy tym wszystkim, nie jest dziennikarzem, nie jest redaktorem, nie musi mieć przygotowania medialnego.

5.4.2. Sprawcy przestępstw i wykroczeń

Leksykon terminów policyjnych podaje, iż „Sprawcą przestępstwa w znaczeniu ścisłym jest ten, kto sam osobiście popełnia przestępstwo, czyli realizuje znamiona czynu

²³¹ Wójcik K. (1997): *Public Relations od A do Z*, Warszawa, s. 142

zabronionego”²³². Sprawca to realizator czynu zabronionego – np. kradzieży, oszustwa, popełnienia przestępstwa etc. Realizacja przestępstwa może jednak odbywać się nie tylko w formie jednoosobowej, lecz także wieloosobowej. Kodeks karny poszerzył pojęcie sprawstwa o sprawstwo kierownicze oraz sprawstwo polecające. Z kolei sprawca wykroczeń, zgodnie z przepisami części ogólnej Kodeksu wykroczeń, jest to „osoba, która w chwili popełnienia wykroczenia ukończyła 17 lat, jest indywidualnie oznaczona i poczytalna. Ponadto w toku czynności wyjaśniających i w postępowaniu sądowym przepisy sprawcę wykroczenia dodatkowo oznaczają ustawowymi nazwami: sprawca wykroczenia; osoba podejrzana o popełnienie wykroczenia; osoba, co do której istnieje uzasadniona podstawa do sporządzenia przeciwko niej wniosku o ukaranie; obwiniony”.²³³

Zachowania przestępcze opisanej tutaj grupy aktorów dyskursu policyjnego obciążają społeczeństwo różnego rodzaju kosztami, które Grudecki dzieli na dwa podstawowe rodzaje: „Po pierwsze, przestępcy coś zyskują, a ofiary ponoszą pewne straty na majątku i zdrowiu. Po drugie, państwa oraz potencjalne ofiary przestępstw ponoszą wydatki na ochronę przed nimi”.²³⁴ Kategoria ta została tu wyróżniona, ponieważ stanowi tło dla licznych komunikatów prasowych oficerów a bez ilustracyjnego udziału sprawców nie powstałby ponadto spot promocyjny. To wszak wobec tej grupy wypracować mają członkowie wspólnoty postawy wyczerpane i aktywizujące. Prezentacja przestępczych zachowań sprawców przestępstw i wykroczeń ma na celu zmobilizowanie społeczeństwa do przeciwdziałania takiemu stanowi rzeczy, bo – jak podkreślają twórcy kampanii – „Zdecydowany i szybki odzew społeczeństwa zwiększa szansę zatrzymania sprawcy w trakcie lub bezpośrednio po popełnieniu czynu; to zaś pozwala nie tylko na zminimalizowanie potencjalnych szkód, ale także zapewnienie, że sprawca poniesie odpowiednie konsekwencje”.²³⁵

5.4.3. Członkowie społeczności

Kolejną grupą aktorów w omawianym tu dyskursie policyjnym to członkowie społeczności. Należą oni między innymi do podmiotów odpowiedzialnych za ochronę bezpieczeństwa

²³² Kochańczyk R. Mięsiak P. (2019): Leksykon terminów policyjnych, Katowice, s.112

²³³ Tamże, s. 113

²³⁴ Grudecki M.(2018): Kilka słów o racjonalnym przestępcy w świetle wybranych nowelizacji Kodeksu karnego z lat 2015 – 2017 W: Przegląd prawnoprawny – ekonomiczny nr 42/1, s.65

²³⁵ <https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolecnie-reagujesz-akceptuje?page=55> dostęp 20.04.2023

i porządku publicznego.²³⁶ Członek społeczności to podstawowy element determinujący istnienie i rozkwit społeczeństwa obywatelskiego, zwłaszcza jeśli jest świadomy i aktywny. Jego bierną postawę ciekawie wyjaśnia Kobylarek, pisząc: „Bierny obywatel stanowi w społeczeństwie obywatelskim pewien fenomen, gdyż jego bierność w sensie filozoficznym, stanowi kontestację zasad funkcjonowania społeczności, w której żyje(...)Rola obywatela coraz bardziej we współczesnym świecie jest postrzegana jako nieobowiązkowa. W kulturze lotniska stajemy się coraz bardziej obywatelami świata, uciekającymi od lokalnych zobowiązań i kryjącymi tożsamość za maską turysty”.²³⁷

Postawy członków społeczności wobec Policji kształtowane są przez „szereg czynników nawzajem na siebie oddziałujących. Stanowią konsekwencje obrazu, jaki ludzie kształtują na płaszczyźnie indywidualnej – własnych doświadczeń, jak też kolektywnej – doświadczeń innych oraz oddziaływania mediów”.²³⁸ Mazur wymienia kilka czynników determinujących nastawienie do Policji:

- „indywidualne właściwości – dotychczasowe doświadczenia z wymiarem sprawiedliwości, policją, doświadczenia wiktyimizacyjne, poczucie bezpieczeństwa, orientacja polityczna, odbiór informacji pochodzących ze środków masowego przekazu, jak też niektóre cechy osobowości, poziom anomii, bezradności, przede wszystkim stopień konserwatyzmu.
- przedmiot postawy, który może stanowić policja jako instytucja albo konkretne aspekty jej działalności
- cechy socjodemograficzne: wiek, płeć, wykształcenie, zawód, rasa, wyznanie, miejsce zamieszkania (duże miasto, małe miasto, wieś).”²³⁹

Pomoc ze strony obywateli i współpraca z Policją, jak podkreśla Stawnicka, „jest koniecznością, gdyż ład społeczny jest nie tylko sprawą państwa i administracji państwowej,

²³⁶ Mazur J. (2011): Ocena pracy Policji a poczucie bezpieczeństwa obywateli w oglądzie socjologicznym W: *Przedsiębiorczość i Zarządzanie Tom XII – Zeszyt 2*, s.93 Por. za Pieprzny S. (2003): *Szczególne prawne formy działania organów bezpieczeństwa i porządku publicznego /zagadnienia wybrane W: Jednostka w demokratycznym państwie prawa*, Filipek J. (red), Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku Białej, Bielsko Biała, s. 488

²³⁷ Kobylarek A. (2008): *Bierny obywatel W: [w:] Bierność społeczna. Studia interdyscyplinarne*, Keplinger A., ENETHEIA, Warszawa, s. 269-279

²³⁸ Czapska J., Wójcikiewicz J. (1999): *Policja w społeczeństwie obywatelskim*, Zakamycze, Kraków, s. 168

²³⁹ Mazur J. (2011): Ocena pracy Policji a poczucie bezpieczeństwa obywateli w oglądzie socjologicznym W: *Przedsiębiorczość i Zarządzanie Tom XII – Zeszyt 2*, s.93 Por. za Pieprzny S. (2003): *Szczególne prawne formy działania organów bezpieczeństwa i porządku publicznego /zagadnienia wybrane W: Jednostka w demokratycznym państwie prawa*, Filipek J. (red), Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku Białej, Bielsko Biała, s. 488

ale stanowi wspólne dobro wolnego społeczeństwa”.²⁴⁰ W dyskursie policyjnym, w odniesieniu do kampanii (ale nie tylko), mieszkaniec pełni równie ważną rolę, co policjant. Bywa, że występuje w dyskursie jako zgłaszający informację o danym zdarzeniu, jako świadek zaistniałej sytuacji, ale także jako ofiara dotknięta przestępstwem, wykroczeniem, pokrzywdzony lub wreszcie osoba, której zachowanie doprowadziło do policyjnej interwencji. Bez obywatela dyskursu policyjny nie ma racji bytu, bo to on czyta teksty kampanii, to on na nie reaguje, to on bierze udział w spotkaniach, debatach i różnego rodzaju wydarzeniach promujących to przedsięwzięcie. To wreszcie do niego jest skierowana ta akcja. To właśnie on jest jej kwintesencją. Mieszkańca, obywatela, członka społeczności w niniejszej rozprawie często określam mianem *sygnalisty*. Mowa o osobie, która dobrowolnie, kierując się wolnym wyborem, zgodnie z własnym sumieniem, decyduje się powiadomić odpowiednie organy o popełnieniu przestępstwa lub wykroczenia. To człowiek, który sygnalizuje także o sytuacji, w której dochodzi do zagrożenia życia lub zdrowia. Rola obywateli w kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” jest nie do przecenienia, ponieważ to oni stanowią główne źródło informacji, której potrzebuje Policja oraz inni członkowie społeczności. Mowa więc o wszystkich mieszkańcach Śląska, bo to do nich akcja jest skierowana. Docelowo chodzi więc o społeczność lokalną, to jednak nie wyklucza możliwości odbioru tego przedsięwzięcia na poziomie narodowym.

Opisywani tutaj aktorzy dyskursu policyjnego występują też w roli *ekspertów*. Mają wiedzę, której nie ma Policja. Są w posiadaniu informacji, na dostępie do których zależy tej formacji. Istnieje też grupa, która przedstawia własne stanowiska i poglądy na temat kampanii albo Policji w przestrzeni publicznej. Te kwestia nie może być pominięta, bo jak pisze Chantal Mouffe, głos każdego aktora społecznego ma być słyszalny. Tę grupę aktorów będę określałam mianem *komentatorów*, którzy mają prawo do krytyki. Konkludując, dla wszystkich członków społeczności, aktywnych i biernych, ustosunkowanych do Policji pozytywnie i negatywnie, kampania niewątpliwie stwarza teren do praktykowania obywatelskości.

²⁴⁰ Stawnicka J. (2013): Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa. Rzecz o polskiej Policji, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 29

5.4.4. Elity społeczne

Ostatnią grupą aktorów są klasy uprzywilejowane, czyli elity symboliczne. Mówiąc ogólnie, chodzi o osoby odgrywające ważne role społeczne, wykazujące się rozległymi kompetencjami lub dużymi osiągnięciami. W rozprawie przyjmuję perspektywę, którą proponuje van Dijk, postrzegając elity symboliczne jako inicjatorów, a także reproduktorów ideologii. Poprzez uprzywilejowane miejsce w strukturze społecznej członkowie tych grup zapewniają dostęp do wiedzy o tym dyskursie. Zdaniem van Dijka, mają więcej szansę na to, aby: „uzyskać dostęp do umysłów innych i – co się z tym wiąże – realizować władzę perswazyjną”.²⁴¹ Sposób, w jaki narzucają określone treści, mają subtelny charakter i praktycznie są niezauważalne przez odbiorców, na co wpływ ma fakt, iż elity są w posiadaniu „określonej wiedzy na temat konkretnych zdarzeń czy sytuacji”.²⁴² Za Bourdieu przyjmuję także, iż elity są w posiadaniu władzy o charakterze symbolicznym. Jak pisze Jabłońska: „Klasa ta kumuluje zasoby pod postacią określonych form kapitału społecznego, politycznego czy kulturowego, a także potrafi czerpać z nich korzyści, dokonując nieustannie ich konwersji”.²⁴³

Do elit symbolicznych (reprezentacje społeczne) w niniejszej rozprawie zaliczam m.in. przedstawicieli instytucji samorządowych, władz samorządowych, oświaty, kościoła katolickiego, dziennikarzy, sportowców, celebrytów, a także influencerów. Udział mieszkańców i elit społecznych w dyskursie policyjnym odbywa się na zasadzie dobrowolności i porozumienia, gdzie wszyscy uczestnicy mają prawo głosu, kierują się także wspólnym interesem, wspólnym dobrem (*common good*). Wszyscy razem tworzą grupę interesu publicznego, w której centrum zainteresowań jest bezpieczeństwo w najbliższym otoczeniu, przy czym to Policja ma władzę dyskursywną. Po pierwsze dlatego, iż to właśnie ta formacja aplikuje treści kampanii w obieg, a po drugie wpływ na taki stan rzeczy ma zdolność tej instytucji do ustalania hierarchii spraw ważnych w tym dyskursie, gdzie dochodzi do kontroli tego, co może pojawić się w przestrzeni publicznej, a co nie.

²⁴¹ van Dijk T. (1993c): *Discourse and Cognition in Society*. W: *Communication Theory Today*. Crowley D., Mitchell D.(red.), Oxford: Pergamon Press, s. 108

²⁴² van Dijk (1993b): *Analyzing Racism Through Discourse Analysis. Some Methodological Reflections*. W: *Race and Ethnicity in Research Methods*, Stanfield J.(red.). Newbury Park, CA: Sage, s. 100-101

²⁴³ Jabłońska B. (2012): *Władza i wiedza w krytycznych studiach nad dyskursem – szkic teoretyczny* W: *Studia Socjologiczne*, s. 81

5.5. Podmiot dyskursu policyjnego

Ważna dla rozprawy jest kategoria podmiotu instytucjonalnego. Piramida instancji nadawczych, w której się on pojawia, zazwyczaj jest wysoka i złożona. Witosz, za Nowakiem, podaje przykład układu nadawczego z systemie państwa demokratycznego: „Nadawcą instytucjonalnym (I) są organy władzy: rząd, partie polityczne, prywatni właściciele mediów, prywatne firmy. Lokujący się na niższym szczeblu nadawcy instytucjonalni są uczestnikami jawnymi; to najczęściej zarządy, rady nadzorcze (II) oraz redakcje (III). Nadawcy instytucjonalni, usytuowani na każdym poziomie, decydują o kształcie przekazu (informacyjnym, ideologicznym, retorycznym). Nadawca bezpośredni (IV), dziennikarz, w systemie demokratycznym, choć teoretycznie przemawia we własnym imieniu, w praktyce jest powiązany z instytucjami (właścicielskimi, politycznymi) i to powiązanie odciska się w różny sposób na kształcie jego wypowiedzi”.²⁴⁴ Tak przedstawiona piramida instancji nadawczych jest bliska, ale nie tożsama z praktykami (dyskursywnymi), stosowanymi w ilustracji interesującego tu nas dyskursu policyjnego. Spośród wymienionych wyżej instancji, obecne w dyskursie policyjnym są: „Nadawca instytucjonalny” – a więc: Policja → Komendant Główny Policji → Rzecznik Prasowy Komendanta Głównego Policji → Zespół Prasowy Komendy Głównej Policji → Komendy Wojewódzkie Policji → Komendanci Wojewódzcy Policji → Rzecznicy Prasowi Komendantów Wojewódzkich → Zespoły Prasowe komend wojewódzkich → komendy miejskie/powiatowe → komendanci miejscy/ powiatowi → oficerowie prasowi → komisariaty policji → komendanci komisariatów. W przypadku już samej tylko kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” nadawca instytucjonalny ma strukturę następującą: Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach → Komendant Wojewódzki Policji w Katowicach → Wydział Prewencji Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach → Rzecznik Prasowy Komendanta Wojewódzkiego Policji w Katowicach → Zespół Prasowy Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach → komendy miejskie/powiatowe śląskiej Policji → komendanci miejscy/ powiatowi → oficerowie prasowi. Nadawcą bezpośrednim ze wszystkich tutaj wymienionych instancji jest oficer prasowy Policji w poszczególnych jednostkach terenowych Policji, co wynika z przypisanych mu zadań i obowiązków.

²⁴⁴ Witosz B. (2009), *Dyskurs i stylistyka*, Katowice, s. 118-119 Za: Nowak P. (2008): *Retoryka a propaganda polityczna*. W: *Retoryka*. Red. M. Barłowska M., Budzyńska -Daca A., Wilczek P. Warszawa, s. 210

5.6. Definicja dyskursu policyjnego

Dotychczasowy wywód miał na celu usystematyzowanie wiedzy na temat dyskursu policyjnego. Pora na podjęcie próby jego zdefiniowania. Dyskurs policyjny to całokształt praktyk komunikacyjnych powiązanych z Policją, określony wypowiedziami i tekstami charakterystycznymi dla policyjnej aktywności. Przez policyjną aktywność zaś rozumiem wszystkie zadania realizowane przez przedstawicieli tej instytucji. Dyskurs policyjny wyrażają różne gatunki dyskursu instytucjonalnego, publicznego i urzędowego. Nadrzędną tematyką praktyk dyskursywnych tego dyskursu, a więc także jego ostatecznym celem jest bezpieczeństwo. Aktorem głównym tego dyskursu zawsze pozostaje funkcjonariusz. Chodzi więc o policjantów pełniących służbę w pionie: prewencyjnym, kryminalnym oraz wspomagającym w zakresie organizacyjnym, logistycznym i technicznym. Są to działania: prewencyjno-profilaktyczne, patrolowo-interwencyjne, ruchu drogowego, zadania wykonywane przez dzielnicowych, dochodzeniowo-śledcze, operacyjno-rozpoznawcze, techniki kryminalistyczne, a także działania informacyjno – prasowe.

Aksjologicznymi składnikami dyskursu policyjnego są bezpieczeństwo i porządek publiczny. To dobra zbiorowe, ale i publiczne, dostępne dla wszystkich, w obszarze wewnętrznym państwa, wytwarzane przede wszystkim przez Policję. Powstają zatem w wyniku działania jednostek oraz grup, reprezentujących tę instytucję, ale i osób i instytucji z nią współpracujących.

Dyskurs policyjny jest instytucjonalny, bo jego nadawcą jest instytucja, a więc Policja, posiadająca formalne struktury organizacyjne, wyraźnie zdefiniowany podział władzy, stałe role nadawcy, względnie stałe role odbiorcy oraz standardy komunikacyjne. Dyskurs ten jest także urzędowy, co najlepiej widać w spetryfikowanych gatunkach. Charakterystyczną cechą dyskursu policyjnego, jak każdego innego dyskursu urzędowego, jest to, że odbywa się w rzeczywistości społecznej, którą cechuje nierówność. Na podstawie przytoczonych powyżej gatunków, a także opisanych relacji między aktorami powiemy, że dyskurs policyjny jest publiczny, instytucjonalny, urzędowy, medialny oraz stanowi o bezpieczeństwie. Na poniższym schemacie zaprezentowałam układ przywołanych dotychczas w pracy dyskursów, jako kategorii cząstkowych skoncentrowanych wokół interesującej mnie tu ilustracji dyskursu (wykres 1.). Każdy z elementów, o czym była już mowa, realizuje indywidualny cel komunikacyjny, ale jest on na tyle racjonalny, że zrozumiały dla ilustracji dyskursu policyjnego.

Rozdział VI

Kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” – faktografia

21 września 2011 roku śląscy policjanci rozpoczęli kampanię społeczną pod hasłem "Nie reagujesz – akceptujesz".²⁴⁵ Przedsięwzięcie to zostało zainicjonowane przez funkcjonariuszy Wydziału Prewencji Komendy Wojewódzkiej w Katowicach we współpracy z Urzędem Marszałkowskim i Wojewódzkim Katowicach oraz TVP Katowice. Nadrzędnym i jawnym celem tego przedsięwzięcia było – i jest – uwrażliwienie mieszkańców Śląska na przypadki łamania prawa, określane jako przestępstwa szczególnie uciążliwe społecznie. Kampania ta została przygotowana na rzecz walki z przestępczością.²⁴⁶ Trwa do dzisiaj nieprzerwanie i jest aktem kreacji powstałej w wyniku narastającej przestępczości województwie. W chwili obecnej akcja realizowana jest już tylko przy wsparciu Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach. Policjanci nie przewidują póki co jej zakończenia, a powodem jej kontynuacji jest – jak podkreśla Zastępca Komendanta Wojewódzkiego Policji w Katowicach inspektor Dominik Łaczyk – „fakt, że mieszkańcy województwa śląskiego wpisując się w założenia kampanii, reagują na przejawy łamania prawa informując o tym policjantów, co prowadzi do ograniczenia przestępstw pospolitych, szczególnie uciążliwych dla społeczeństwa”.²⁴⁷ Wśród głównych założeń kampanii policjanci wymieniają:

- uwrażliwienie mieszkańców na przypadki łamania prawa,
- pogłębienie świadomości obywatelskiej oraz wzmocnienie reakcji lokalnych społeczności na zagrożenia czy naruszenia prawa występujące w ich otoczeniu,
- ograniczenie liczby przestępstw pospolitych (kradzieże, włamania, kradzieże samochodów, bójki i pobicia oraz przestępstwa rozbójnicze), które zostały skategoryzowane jako szczególnie uciążliwe dla społeczeństwa,

²⁴⁵ W niniejszej rozprawie kampanię „Nie reagujesz – akceptujesz” traktuję synonimicznie z: kampania społeczna, kampania policyjna, przedsięwzięcie, akcja, program prewencyjny. Natomiast śląskich policjantów postrzegam jednocześnie jako pomysłodawców i twórców tego przedsięwzięcia. Trzeba mieć jednak na uwadze, iż kolebką powstania tego przedsięwzięcia jest Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach na czele z funkcjonariuszami Wydziału Prewencji tej komendy.

²⁴⁶ Na potrzebę kampanii w Komendzie Wojewódzkiej Policji w Katowicach wytworzony został dokument zawierający opis akcji, jej cele oraz sposób realizacji, jednak dokumentacja ta jest wybrakowana, co uniemożliwia jej weryfikację – Źródło: Pismo Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach - GK 062 -128/22/559/23 z dnia 17 lutego 2023

²⁴⁷ Źródło: Pismo Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach - GK 062 -128/22/197/23 z dnia 20 stycznia 2023

- zwiększenie liczby zatrzymań ich sprawców w trakcie lub bezpośrednio po dokonaniu tych przestępstw;

Twórcy przedsięwzięcia wychodzą z założenia, że nawet najlepiej działająca policja, najlepiej zorganizowana, najnowocześnie wyposażona, nie będzie odpowiednio skuteczna bez wsparcia obywateli. Akcja „Nie reagujesz – akceptujesz” jest wynikiem zaniepokojenia śląskich policjantów spowodowanego dostrzeżeniem przez nich zjawiska społecznego, jakim jest brak reakcji lokalnych społeczności na zagrożenia czy naruszenia prawa występujące w ich otoczeniu. Chodzi więc o sytuacje (o charakterze przestępczym, chuligańskim), w których osoby będące świadkiem naruszenia prawa nie reagują. Funkcjonariusze dopatrują się kilku czynników mających wpływ na takie postawy, wymieniając: obojętność, strach, nieświadomość. Zwracają także uwagę na skutki społeczne takiego zaniechania, które choć nie są dostrzegalne w chwili zaistnienia danego zdarzenia, to sięgają o wiele głębiej. Przede wszystkim rozzuchwalają sprawców przestępstw i wykroczeń, którzy brak reakcji ze strony świadków, gapiów, przechodniów, odbierają jako akceptację społeczną. W opinii policjantów, sprawcy ci czują w ten sposób, że otoczenie pozwala im na ich poczynania. Pomysłodawcy kampanii zwracają zatem uwagę na istotny kierunek budowania systemu bezpieczeństwa, którego filarem „jest dawanie wyraźnego sygnału przez mieszkańców regionu potencjalnym sprawcom, że ich negatywne zachowania nie pozostaną bez społecznej i instytucjonalnej reakcji. Zdecydowany i szybki odzew społeczeństwa zwiększa szansę zatrzymania sprawcy w trakcie lub bezpośrednio po popełnieniu czynu; to zaś pozwala nie tylko na zminimalizowanie potencjalnych szkód, ale także zapewnienie, że sprawca poniesie odpowiednie konsekwencje”.²⁴⁸

Omawiana tutaj kampania realizowana jest na wiele sposobów, a zaangażowani są w nią wszyscy policjanci garnizonu śląskiego. Wszystko po to, aby zwiększyć wrażliwość społeczną mieszkańców na różne przejawy przestępczości. Do działań mających na celu zmianę tego stanu rzeczy włączyli się także wszyscy oficerowie prasowi Śląskiej Policji. Po pierwsze jako reprezentanci instytucji stworzonej właśnie do walki z przestępczością, a więc ich nadrzędnym celem jest walka z tym zjawiskiem. Z drugiej strony włączyli się do działań z racji pełnionej funkcji, której głównym kierunkiem jest wykonywanie zadań prasowo – informacyjnych Policji. A więc ich obecność w przedmiotowej kampanii jest uwarunkowana potrzebą informowania, promowania, a także edukowania, które wynikają ze strategii komunikacyjnej

²⁴⁸ <https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolec/nie-reagujesz-akceptuje> dostęp z dnia 10.04.2023

Policji. Od chwili zainicjowania tego przedsięwzięcia, by porwać tłumy i stać się cennym i wiarygodnym źródłem inspiracji dla społeczeństwa, oficerowie korzystają z zaplecza medialnego, jakim jest sieć ich stron internetowych, gdzie zamieszczają komunikaty prasowe dotyczące właśnie kampanii. Wykorzystują zatem nowe media, a także idące za nimi informatyczne technologie XXI wieku (m.in. aplikacje na tablety i smartfony – KWP Katowice), czyli nowe nowe media. Treści, o których mowa, są przez nich tworzone, redagowane, a następnie publikowane, a dotyczą różnych obszarów policyjnej działalności skoncentrowanej wokół kampanii. Oficerowie prasowi w tworzonych komunikatach nawiązują do osiągniętych przez funkcjonariuszy sukcesów – zatrzymania sprawców przestępstw i wykroczeń na gorącym uczynku, a także do bohaterskich postaw mieszkańców działających w myśl akcji. Nie brakuje także informacji na temat działań profilaktycznych prowadzonych w ramach tego przedsięwzięcia. Zamieszczane na stronach teksty przybierają także formę apeli, ostrzeżeń oraz gratulacji. Gdybyśmy jednak jednym zdaniem chcieli podsumować zamysł, z jakim komunikaty te powstają, to chodzi przede wszystkim o szeroko rozumianą promocję prowadzonego przedsięwzięcia. Warto w tym miejscu zaznaczyć, nie tylko w odniesieniu do samej kampanii, lecz do działalności oficerów prasowych także w innych obszarach, iż policyjne strony internetowe stały się narzędziem ich pracy, co otworzyło policjantom drogę do promocji różnorodnych treści związanych z funkcjonowaniem Policji, poza dotychczas dostępnymi środkami masowego przekazu (nie zostały one jednak pominięte). Internet okazał się tym narzędziem w rękach oficerów prasowych, który pozwolił im dotrzeć do lokalnych społeczności (internautów) bez pośredników w postaci dziennikarzy, prasy, radia czy też telewizji. Policjanci są świadomi, iż mieszkańcy szukają potwierdzenia lub zaprzeczenia swojej subiektywnej oceny otaczającej ich rzeczywistości, a media mają w sobie siłę, aby przechylić szalę na którąś stronę. Strony internetowe okazały się więc narzędziem na prezentację niespreparowanej policyjnej rzeczywistości.

Działalność oficerów prasowych w zakresie dotyczącym promowania prowadzonego w śląskim garnizonie przedsięwzięcia nie ogranicza się jedynie do prezentowania w sieci treści na temat akcji. Policjanci ci wspólnie z funkcjonariuszami innych komórek organizacyjnych odpowiedzialnych za działania profilaktyczne w jednostkach policji (dzielnicowi, policjanci zespołów ds. nieletnich) prowadzą szereg przedsięwzięć, w trakcie których poruszają zagadnienia dotyczące kampanii. Chodzi tutaj o debaty społeczne, a także spotkania z mieszkańcami w każdym wieku, począwszy od przedszkolaków, skończywszy na seniorach z Uniwersytetu Trzeciego Wieku. W spotkaniach tych często udział bierze także

kierownictwo poszczególnych jednostek (komendanci lub ich zastępcy). A więc skala dotarcia do społeczeństwa z głównymi założeniami kampanii jest bardzo szeroka. Nie brakuje różnego rodzaju wydarzeń, festynów, konkursów, a wszystko na rzecz integracji społecznej w jednym celu: aby reagować i nie akceptować przypadków naruszenia prawa. Warto wspomnieć także o konferencjach prasowych, które służyły do promocji prowadzonego przedsięwzięcia, a także do nagłaśniania i prezentowania postaw obywatelskich (często bohaterskich) wpisujących się w główne założenia akcji. Aby uzmysłowić skalę prowadzonych działań profilaktycznych, zatrzymajmy się w tym miejscu na moment przy policyjnych statystykach. Wśród szeroko zakrojonych działań promocyjnych prowadzonych w ramach kampanii, do których należą m.in. spotkania ze społeczeństwem, z samą tylko młodzieżą, w okresie od 1 stycznia 2019 roku do 30 czerwca 2022 roku, śląscy policjanci odbyli 11 628 spotkań.²⁴⁹ Do analiz ilościowych, prezentujące różne obszary działań podejmowanych w ramach akcji, będą sukcesywnie nawiązywać w dalszych rozdziałach rozprawy.

Do organizacji kampanii społecznej "Nie reagujesz – akceptujesz!" oprócz śląskiej Policji, włączyli się między innymi: Wojewoda Śląski, Marszałek Województwa Śląskiego, TVP Katowice i inne środki społecznego przekazu, kościoły i związki wyznaniowe, podmioty gospodarcze (Telekomunikacja Polska SA, SKOK Silesia-Centrum, TAURON Dystrybucja SA, KZK GOP, Polskie Sieci Elektroenergetyczne – Południe SA - jako mecenas kampanii). Patronat medialny nad kampanią objęły: Dziennik Zachodni, Gość Niedzielny, Polskie Radio Katowice, Echo Miasta.

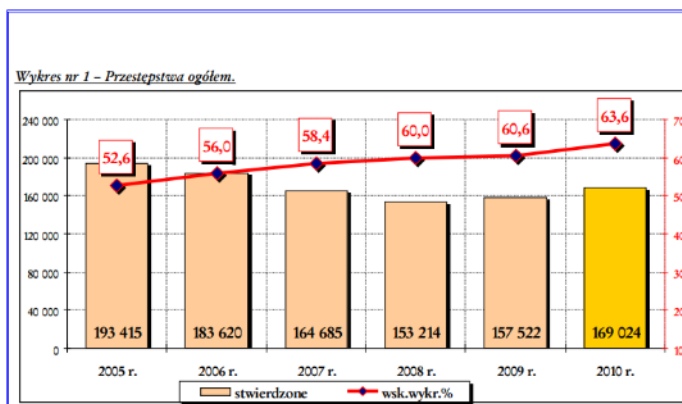
Nieodłącznymi elementami promującymi przedsięwzięcie są spoty reklamowe oraz plakat informacyjno – edukacyjny. Ich pomysłodawcami byli policjanci, a wykonawcami partnerzy medialni. Z wymienionych tutaj elementów nadal wykorzystywany jest w działaniach promocyjnych tylko plakat jednak zostali z niego wyłączeni wymienieni partnerzy, a także mecenas.²⁵⁰ W przedsięwzięciu wykorzystywane są także materiały promocyjne: długopisy, opaski odblaskowe, kubki porcelanowe, torby na zakupy, zawieszki do kluczy – wszystkie opatrzone logo kampanii. Policjanci określają je jako materiały edukacyjno – informacyjne, a także gadżety, które są wykorzystywane m.in. podczas podziękowań przygotowanych dla mieszkańców podejmujących działania wpisujące się w założenia kampanii. Jako że Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach nie dysponuje

²⁴⁹ Źródło: KWP Katowice : Pismo GK-062/2909/22 z dnia 23 listopada 2022 r.

²⁵⁰ W spotach reklamowych kampanii występował także kierowca rajdowy Leszek Kuzaj, który swojego czasu pełnił rolę ambasadora akcji.

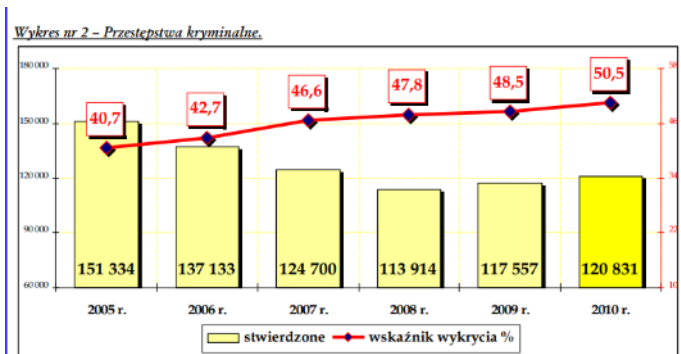
własnymi środkami finansowymi, które mogłyby przeznaczyć na prowadzenie kampanii, wspomniane materiały finansowane są przez Urząd Wojewódzki w Katowicach w ramach „Rządowego Programu ograniczania przestępczości i aspołecznych zachowań Razem Bezpieczniej im. Władysława Stasiaka”. Wymienione tutaj materiały nie są jedynymi, które pojawiły się w ciągu ostatnich dwunastu lat, a także które zostały wprowadzone do powszechnego obiegu. Wytworzonych zostało szereg innych produktów, opatrzonych logiem akcji, a także jej głównym hasłem: *nie reagujesz – akceptujesz*, najczęściej finansowanych przez samorządowy powiatowe i gminne w porozumieniu z jednostkami terenowymi komend Policji śląskiego garnizonu. Materiały te były i są wykorzystywane jedynie na terenie poszczególnych miast. Dlatego nie uwzględniam ich w niniejszych analizach, skupiając uwagę jedynie na produktach ogólnodostępnych (w województwie).

Warto przytoczyć dane statystyczne, które doprowadziły do myśli o powstaniu kampanii w roku 2011. Oto kilka wykresów, które ilustrują poziom przestępczości w zakresie sześciu jej rodzajów i stopień jej wykrywalności. Dane w nich zawarte pochodzą z „Informacji o stanie bezpieczeństwa i porządku publicznego w okresie styczeń – grudzień 2010 w województwie śląskim”²⁵¹.

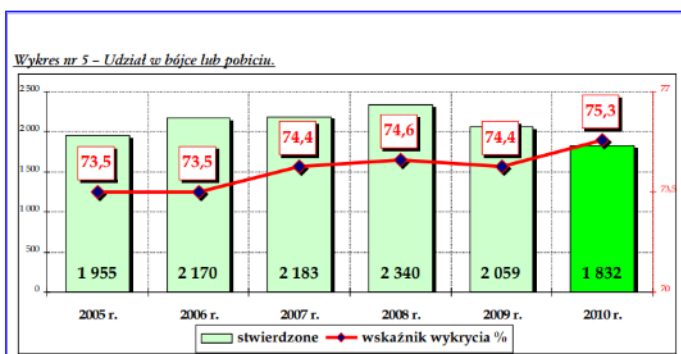


Wykres 2. Przestępstwa ogółem

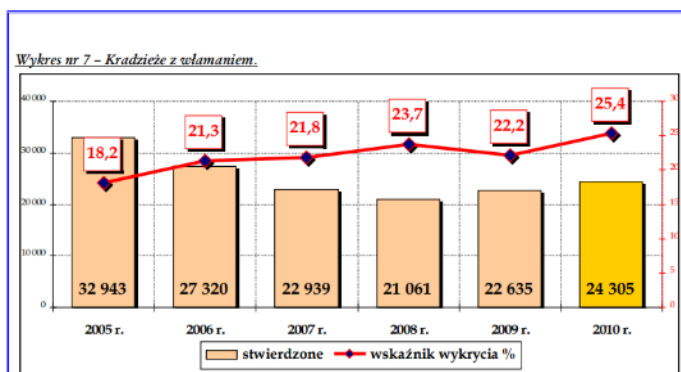
²⁵¹ <http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294.Stan-bezpieczenstwa.html> dostęp 11.04.2023



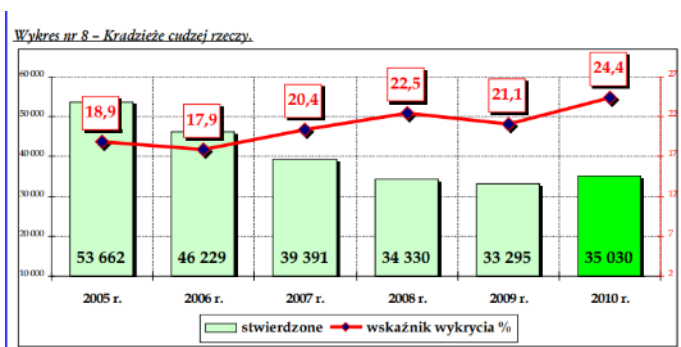
Wykres 3. Przestępstwa kryminalne



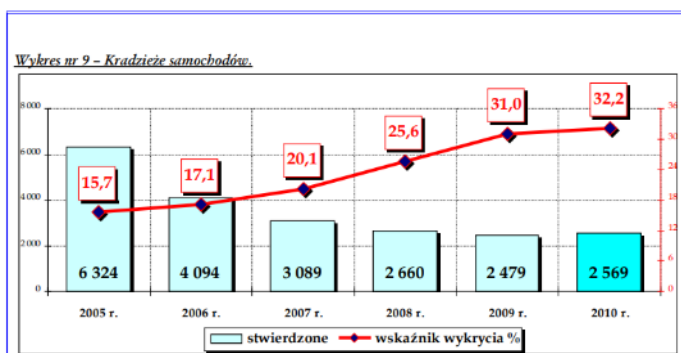
Wykres 4. Udział w bójce lub pobiciu



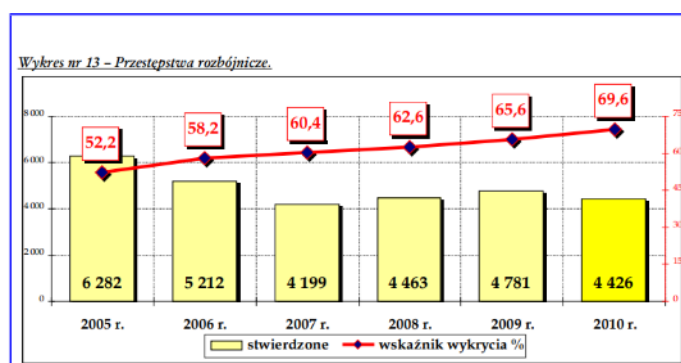
Wykres 5. Kradzieże z włamaniem



Wykres 6. Kradzież cudzej rzeczy



Wykres 7. Kradzież samochodu



Wykres 8. Przepęstwa rozbójnicze

Na przedstawionych powyżej wykresach widać kolejno wzrost przestępczości odnotowany przez policjantów we wszystkich przedstawionych powyżej kategoriach: przestępstwa ogółem, przestępstwa kryminalne, a także najbardziej interesujące nas tutaj przestępstwa pospolite: kradzieże z włamaniem, kradzież cudzej rzeczy, kradzież samochodów. W odpowiedzi na taki stan rzeczy, w celu zapobieganie niekorzystnym zjawiskom, a przede wszystkim wzrostowi przestępczości, które zaobserwowali policjanci, powstał program prewencyjny „Nie reagujesz – akceptujesz”. Porównajmy dwa brzegowe lata, które dają obraz wszczynanych postępowań w zakresie przestępstw. Oto w 2013 roku w województwie śląskim wszczęto 123616 postępowań przygotowawczych o przestępstwa ogółem, tj. mniej o 4731 niż w roku ubiegłym, tymczasem w 2022 roku w województwie śląskim wszczęto 93970 postępowań przygotowawczych o przestępstwa ogółem, tj. ponownie mniej o 617 niż w roku ubiegłym”.²⁵² Ogólnie zatem można przyjąć, iż w ciągu tych kilkunastu lat obserwowalna jest tendencja spadkowa, jeśli chodzi o przestępczość na Śląsku. Kampania zapewne w pewnym stopniu przyczynia się do nich, choć nie jest celem tej pracy badawczej udowodniać jej skuteczność.

²⁵² INFORMACJA O STANIE BEZPIECZEŃSTWA I PORZĄDKU PUBLICZNEGO WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE <http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294.Stan-bezpieczenstwa.html> dostęp 11.04.2023

Można pokusić się o stwierdzenie, iż nadawcy kampanii postrzegają społeczeństwo jako wysoki kapitał społeczny, zdolny do mobilizacji i łączenia zasobów, który sprzyja kreatywności oraz wzmacnia wolę współpracy i porozumienia w osiąganiu wspólnych celów.

Trzeba tutaj jeszcze dodać, iż zwiad przeprowadzony na temat kampanii na etapie gromadzenia materiału badawczego, wykazał, iż mimo tego, że omawiany tutaj program prewencyjny skierowany jest przez śląskich policjantów do mieszkańców Śląska, to z powodzeniem jest też wykorzystywany przez jednostki Policji w innych województwach, co jest dowodem na to, iż prowadzona akcja zatacza bardzo szerokie kręgi.²⁵³

Policjanci za pomocą kampanii podejmują próby przełamania bierności społeczeństwa w stosunku do wydarzeń w najbliższym otoczeniu i tworzą narrację tego przedsięwzięcia. Ten program prewencyjny, postrzegam także jako jeden z wielu elementów służących do budowania autorytetu Policji. Za Stawnicką pojmuję go jako ideę; „Taka idea musi natrafić na podatny grunt, zyskać rezonans i zaspokoić społeczne oczekiwania”.²⁵⁴ Stawnicka pisze: „Celem nadrzędnym polskiej Policji jest zapewnienie bezpieczeństwa i porządku publicznego zgodnie z zasadami demokratycznego państwa, służba społeczeństwu poprzez systematyczne poprawianie skuteczności swoich działań. Musi zatem zapewnić szeroko rozumiane poczucie bezpieczeństwa obywatelom”.²⁵⁵ Autorka podkreśla, iż „by osiągnąć główne założenia wizji Policji, konieczne jest wyznaczenie celów i programów operacyjnych”. I właśnie za taki cel uważam także przedmiotową kampanię. Stawnicka przeprowadza analizę komparatystyczną dokumentów dotyczących realizacji misji Policji w Priorytetach Komendanta Głównego Policji w latach 2007–2009, 2010–2012, 2013–2015 i 2016–2018. W odniesieniu do przedmiotowej kampanii i czasu jej rozpoczęcia, moją uwagę zwrócił dokument Strategia Rozwoju Policji na lata 2005–2010, gdzie wymienia się jeden z celów funkcjonalnych tej strategii: „poprawa efektywności zapobiegania i zwalczania przestępczości pospolitej” gdzie istotną rolę miały odegrać działania profilaktyczne. Stawnicka pisze dalej: „W 2007 roku, w dwa lata po wdrożeniu strategii, Zarządzeniem nr 159 Komendanta Głównego Policji, stwierdzono konieczność opracowywania przez każdą komendę wojewódzką oraz komórki

²⁵³ Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach na pytanie o stosowaną tutaj praktykę rozpowszechniania kampanii w innych województwach, odsyła do Komendantów właściwych jednostek. Wydaje się jednak, iż taka tendencja wynika ze zwyczajowych praktyk.

²⁵⁴ Stawnicka J.(2013): Budowanie autorytetu Policji (przez pryzmat założeń projektu badawczego „Komunikacja społeczna Policji” W: Autorytet w Policji, Hermanowski M., S. Weremiuk S. (red.) Poznań, s. 135-137

²⁵⁵ Stawnicka J.(2020): Ewolucja priorytetów Komendanta Głównego Policji w kontekście zarządzania strategicznego w Policji W: Zarządzanie zmianą, innowacje – organizacje – bezpieczeństwo, Mazur J., Rojek-Adamek P., Tomczyk J. (red.), Kraków, s.164

organizacyjne Komendy Głównej Policji własnej strategii rozwoju zgodnej z priorytetami Komendanta Głównego Policji i dostosowanej do właściwości i charakteru funkcjonowania danej komendy wojewódzkiej lub komórki organizacyjnej Komendy Głównej Policji”.²⁵⁶ Autorka zwraca uwagę, iż wśród priorytetów tego Zarządzenia ponownie znalazło się „skuteczne zapobieganie i zdecydowana eliminacja przestępstw i wykroczeń szczególnie uciążliwych dla społeczności lokalnych; podkreślono także znaczenie wdrażania prewencyjnych programów profilaktycznych. Innym priorytetem, na który warto zwrócić uwagę, a który został uwzględniony w Zarządzeniu, było sprecyzowanie zasady współpracy z mediami, profesjonalne podejście do budowy systemu komunikacji zewnętrznej oraz komórek odpowiedzialnych za public relations i obsługę medialną w Policji, jako zadania dla komend wojewódzkich oraz Komendy Głównej Policji.²⁵⁷ Pojawiają się w założeniach kampanii słowa klucze: „zwalczanie”, „poprawa”, „zwiększenie”, „usprawnienie”, „podniesienie”, „wzrost”, które – jak wskazuje Stawnicka – zostały zawarte w Priorytetach Komendanta Głównego Policji.²⁵⁸ Można więc założyć, iż kampania jest wynikiem nie tylko potrzeby zwiększania świadomości społecznej na przypadki łamania prawa, ale jest następstwem konieczności opracowania przez komendy wojewódzkie własnej strategii rozwoju, oczywiście zgodnej z wymienionymi wcześniej priorytetami Komendanta Głównego Policji. Autorka pisze, iż „Obecnie w Polsce obserwujemy wyraźny zwrot Policji ku społeczeństwu. Zauważyć to możemy w priorytetach Komendanta Głównego Policji na lata 2016–2018, które zakładają zwiększenie efektywności działań Policji współpracy ze społeczeństwem oraz wzmocnienie działań prospołecznych w ramach współpracy policji z organizacjami pozarządowymi i stowarzyszeniami(...)”.²⁵⁹ Wydaje się, iż zwrot ten został wyraźnie zaznaczony przez śląskich policjantów już w 2011 roku. Można pokusić się o stwierdzenie, iż to właśnie w ten sposób policjanci śląskiego garnizonu, stali się prekursorami, którzy jako pierwsi podjęli się próby wzmocnienia współpracy ze społeczeństwem, koncentrując uwagę po pierwsze: na przestępstwach i wykroczeniach postrzeganych jako najbardziej uciążliwe dla społeczeństwa, określanych jako przestępczość pospolita, a po drugie: na szybką i skuteczną reakcją Policji na zdarzenie. A więc już w 2011 roku odwołali się w kampanii do kwestii, które zostały określone w priorytetach Komenda Głównego Policji dopiero w latach 2013–2015: „doskonalenie obsługi obywatela poprzez

²⁵⁶ Tamże,

²⁵⁷ Tamże, s. 171

²⁵⁸ Tamże, s. 182

²⁵⁹ Tamże, s. 183

szybką i skuteczną reakcją Policji na zdarzenie”. Dopiero w głównych założeniach na lata 2016–2018, jak pisze Stawnicka: „znalazł się priorytet dotyczący wprost obszaru związanego z policyjnymi działaniami na rzecz profilaktyki Zwiększenie efektywności działań Policji na rzecz wzmocnienia współpracy ze społeczeństwem”.²⁶⁰

Policjanci za pomocą kampanii podejmują też próbę korekty nadmiernej krytyki Policji, spowodowanej jak pisze Sokołowski: przez „agresywną politykę medialną w Polsce”.²⁶¹ Oznacza ona, że media skupiają się na negatywnych wiadomościach, w których eksponują niekompetencję, brutalność Policji po to, aby przyciągnąć odbiorcę, a tym samym zwiększyć swoje zyski. Żak wyróżniła trzy grupy przekazów medialnych dotyczące Policji: wiadomości informacyjno-interwencyjne, które informują o nieprawidłowościach w pracy policji, wiadomości piętnujące, które wyrażają stanowisko autorów wiadomości dotyczących działań funkcjonariuszy oraz wiadomości deprawujące, które budują negatywne postawy wobec policji.²⁶² Wobec takiego stanu rzeczy Policja zaczęła mówić sama o sobie, prezentując niejako swoje dwie twarze: instytucjonalną, ale też ludzką. Chodzi także o dwie przeplatające się i w pewnym sensie uzależnione od siebie kwestie. Pierwsza dotyczy szeroko rozumianego zaufania do Policji, którego brak drastycznie redukuje potencjał zdobywania informacji, a to z kolei uniemożliwia policjantom wykrywalność najbardziej dokuczliwych społeczeństwu przestępstw. Z kolei druga bariera – najistotniejsza z punktu widzenia kampanii – dotyczy społecznego informowania tej instytucji o przypadkach naruszenia prawa. Jak pisze Łupiński: „próba wykrycia przestępstw bez poparcia społecznego jest bardzo trudna, a pomimo doskonalenia metod wykrywania sprawców, zawiadomienia płynące od obywateli pozostają często jedynym źródłem informacji o przestępstwie”.²⁶³ Chęć współpracy z organami ścigania, do których należy Policja, jest ściśle związana ze sposobem postrzegania tych organów. To wydaje się współcześnie w Polsce trudne do osiągnięcia. Dopóki ugruntowane negatywne nastawienie do Policji nie ulegnie zmianie, dopóty realna regularna współpraca społeczeństwa z funkcjonariuszami będzie marzeniem.

²⁶⁰ Tamże, s. 178

²⁶¹ Sokołowski M. (2014) „Działalność prasowo-informacyjna instytucji publicznej na przykładzie polskiej policji”. *Studia Politologiczne* 34; 211–255

²⁶² Żak M. (2018): *Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku policji*. W: *Media i społeczeństwo* 8, s. 115–125

²⁶³ Łupiński J. (2009): *Spółeczny obowiązek zawiadomienia o przestępstwie*. W: *Prokuratura i Prawo*, nr 1, s. 129–153

Rozdział VII

Analiza materiału

Jak już wspomniałam, w sprostaniu wyzwania badawczego w rozprawie pomoże multimodalna analiza tekstu oraz analiza dyskursu, które mogą dać podstawy do wyłonienia dyskursywnego obrazu kampanii oraz fragmentu dyskursywnego obrazu Policji. W rozdziale tym zostaną przedstawione kolejne etapy podjętego przeze mnie procesu badawczego, przy jednoczesnym uwzględnieniu praktyk dyskursywnych tej formacji. Podjęte w pracy analizy zawierają elementy zarówno jakościowe, jak i ilościowe. W drodze do efektów badawczych zastosuję analizę pragmatyczną, stylistyczną, ikonyczną oraz multimodalną. Zwracam zatem kolejno uwagę na aspekt pragmatyczny i stylistyczny gatunków prasowych zidentyfikowanych w kampanii, następnie na gatunki etykietalne, przeprowadzę także analizę ikonyczną plakatu, awatarów, logo oraz fotografii akcji, a także analizę multimodalną dwóch spotów reklamowych tego przedsięwzięcia.

7.1. Gatunki prasowe

Dla przypomnienia, w pracy przyjmuję perspektywę, że gatunki występujące w dyskursie policyjnym stanowią kategorie nierozmyte, o wyraźnie zarysowanych granicach, przez co interesujący mnie dyskurs staje się wyrazisty. W pierwszej kolejności analizie zostaną poddane stałe składowe kampanii, odwzorowujące zebrany materiał badawczy. Zasadniczą jego część stanowią gatunki prasowe będące komunikatami oficerów prasowych, które realizują wzorzec notatki prasowej.

7.1.1. Aspekt pragmatyczny

Za interesujące badawczo uznałam zidentyfikowanie nazw dla aktywnych udziałowców kampanii, którzy byli w komunikatach nazywani przez oficerów. Okazało się, że materiał w istocie dostarczył różnorodnych dowodów, które pozwoliły na odniesienie się do niektórych z postawionych w pracy hipotez. Będzie to zatem próba opisu oraz interpretacji zwrotów, leksemów albo wyrażen używanych przez oficerów przy założeniu, iż dążą oni do

a) zachowania norm grzecznościowych typowych dla kontaktu neutralnego, b) budowania pozytywnego wydźwięku kampanii, c) pozwalają na przełamywanie instytucjonalnych barier.

Przy próbie identyfikacji podmiotów notatek prasowych zwrócę m.in. uwagę na strukturę tych zwrotów oraz stopień honoryfikatywności. Interesować mnie będą wreszcie funkcje pełnione przez te nominacje, ich potencjał pragmatyczny i ekspresywny. Przyjmuję za Lubasiem, że te określenia mogą być „nosicielami funkcji pragmatycznych (socjolingwistycznych), nade wszystko zaś prestiżowych i dystansowych. Funkcje prestiżowe wyrażają stosunek hierarchiczno-społeczny między nadawcą i odbiorcą, rzeczywisty, wynikający ze statusu społecznego partnerów lub okazjonalnie wyrażony dla pragmatycznych potrzeb chwili”.²⁶⁴

Osoba

Zwiad rozpoczynam od próby zidentyfikowania określenia, perswazyjnie nieistotnego, najmniej też określającego. Mowa o leksemie *osoba* (osobie, osobom, osoby, osób), który w tekstach kampanii pojawił się 918 razy. Biorąc jednak pod uwagę kontekst w jakim leksem *osoba* został użyty w tekstach kampanii, dopatruje się zatem trzech powodów, dla których została zastosowana taka forma. Po pierwsze może to wynikać z technolektu policyjnego (*Language for Specific Purposes*), a więc chodzi tutaj o element skonwencjonalizowanego systemu semiotycznego, opierający się na języku naturalnym i będący zasobem wiedzy specjalistycznej. Niech za przykład posłuży notacja w *Leksykonie terminów policyjnych*, w którym *osoba* odnosi się do terminów stosowanych na co dzień przez policjantów: osoba konwojowana, osoba nieporadna ze względu na jej stan psychiczny i fizyczny, osoba o nieustalonej tożsamości, osoba podejrzana, osoba podejrzewana, osoba uzależniona, osoba zaginiona, osoba zagrożona uzależnieniem, osoba zaginiona i wiele innych.²⁶⁵ Druga opcja użycia leksemu może wynikać z potrzeby zachowania anonimowości. I ostatni powód zastosowania tego leksemu, to użycie go dla zachowania neutralności stylistycznej. Oto przykłady:

*Dziękujemy osobie zgłaszającej za przekazanie informacji o nietrzeźwym kierującym.*²⁶⁶

²⁶⁴ Lubaś W.(2003): Nazywanie osób w dialogu W: Porozmawiajmy o rozmowie. Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach nr 2137, red. Kita M., Grzenia J., Katowice, s.74

²⁶⁵ Kočańczyk R. Mięsiak P. (2019): Leksykon terminów policyjnych, Katowice

²⁶⁶ <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/221640,Nietrzezwy-kierujacy-bez-uprawnien-zatrzymanydzieki-reakcji-swiadka.html> dostęp 31.12.2022

*To dzięki czujności przypadkowych osób, udaremniono dalszą jazdę mężczyźnie, który jadąc ulicami Bojszów i Bierunia, stwarzał zagrożenie dla innych uczestników ruchu, ponieważ był pijany.*²⁶⁷

*Dziś słowa te kierujemy do osoby, która miała podejrzenia co do stanu trzeźwości kierowcy daewoo tico.*²⁶⁸

Przedstawione przykłady są jednym ze sposobów nazywania sygnalistów, a więc jednych z odbiorców kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”.

Zgłaszający

Uwagę zwracam także na leksem *zgłaszający*, który w tekstach kampanii pojawił się 454 razy. Jego użycie jest bezpośrednim nawiązaniem do zgłoszenia o zdarzeniu, które w *Leksykonie terminów policyjnych* zostało określone jako: „przekazana telefonicznie, drogą elektroniczną, pisemnie, osobiście lub za pośrednictwem innych dostępnych środków komunikacji obsadzie stanowiska kierowania informacja o zaistniałym lub mającym nastąpić zdarzeniu”.²⁶⁹ Oto kilka przykładów użycia tego leksemu:

*(...)zgłaszający powiadomił, że wykorzystał moment, gdy ford zjechał w boczną uliczkę, podszedł do samochodu i wyciągnął kluczki ze stacyjki.*²⁷⁰

*Dziękujemy zgłaszającej za przekazanie informacji.*²⁷¹

*Dziękujemy zgłaszającym za czujność i wzorową postawę, dzięki której stróże prawa mogli szybko podjąć interwencje i prawdopodobnie zapobiegli drogowym tragediom.*²⁷²

Obywatel

Inną formą nominacji aktywnego aktora kampanii jest słowo *obywatel*. W trakcie analizy korpusu odnaleziono 152 takie przypadki. W kilku z nich słowo to odnosiło się tylko do cudzoziemców. Oto przykłady:

*Kilka ulic dalej zatrzymali obywateli Rumunii - 26-letnią kobietę i jej 48-letniego partnera(...).*²⁷³

²⁶⁷ <https://bierun.policja.gov.pl/ka3/informacje/aktualnosci/290261,Pijany-kierowca-z-bezterminowym-zakazem-ujety-przez-swiadkow.html> dostęp 31.12.2022

²⁶⁸ <https://zabrze.policja.gov.pl/k29/informacje/wiadomosci/122970,Nie-reagujesz-akceptujesz.html> dostęp 31.12.2022

²⁶⁹ Kochańczyk R. Mięsiak P. (2019): *Leksykon terminów policyjnych*, Katowice, s. 153

²⁷⁰ <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/318011,Ujecie-obywatelskie-pijanego-kierowcy.html> dostęp z dnia 31.12.2022

²⁷¹ <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/323463,Zamiast-skrecic-uderzyl-w-blok-Kobieta-zabrała-kluczyki-pijanemu-kierowcy.html> dostęp 31.12.2022

²⁷² <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/38900,Efekty-kampanii-Nie-reagujesz-akceptujesz.html> dostęp 31.12.2022

²⁷³ <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/informacje/wiadomosci/293742,Ukradli-katalizator-Namierzył-ich-policyjny-pies.html> dostęp 31.12.2022

Dzielnicowi szybko ustalili obywatela Słowacji i zaprosili go po odbiór zagubionego mienia.²⁷⁴

„Powiadomiono stróża prawa, którzy zatrzymali 30-letnią obywatelkę Bułgarii”.²⁷⁵

Poza przytoczonymi przykładami w komunikatach nawiązywano także do obywateli Ukrainy, Czech, Gruzji, Mołdawii oraz Litwy. Opisana tu praktyka, stosowana z resztą kilka dekad wcześniej, nie została zidentyfikowana w określeniu mieszkańców naszego kraju. Można zatem założyć, iż Policja wycofuje się z nazywania tak Polaków. Oczywiście takie sformułowanie i określenie wynika z norm poprawnościowych, ale wydaje się, że oficerowie postanowili pójść o krok dalej, stosując nazewnictwo wynikające najzwyczajniej z norm użytkowanych na co dzień, wynikając z kontaktów międzyludzkich oraz przyzwyczajień i praktyk wynikających chociażby z mediów. Być może taka praktyka jest spowodowana społeczno – politycznym charakterem leksemu obywatel, który chcąc nie chcąc, podlega silnemu wartościowaniu oraz ideologicznym manipulacjom, co niekoniecznie kojarzy się dobrze społeczeństwu, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę jego emocjonalny ładunek. Poza wskazanymi wyżej przykładami słowo obywatel został użyte w poniższych kontekstach:

*(...)każdy obywatel, który reaguje na przejawy łamania prawa powinien przede wszystkim pamiętać o zachowaniu własnego bezpieczeństwa.*²⁷⁶

*Czujny obywatel widząc, że mężczyzna wybija szybę w samochodzie, natychmiast powiadomił Mundurowych.*²⁷⁷

*Obywatelowi, który prawidłowo zareagował widząc przestępstwo wykazując godną do naśladowania postawę policjanci składają wyrazy uznania.*²⁷⁸

*Obywatel zadzwonił – policjanci zatrzymali włamywacza.*²⁷⁹

*Przedstawiono młodzieży cele i założenia kampanii w celu pokazania właściwych postaw i zachowań przejawiających się w sytuacjach reagowania obywateli na zaistniałe przestępstwa i wykroczenia.*²⁸⁰

²⁷⁴ <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/269357.Przekazala-policjantom-cenne-znalezisko.html> dostęp 31.12.2022

²⁷⁵ <https://bytom.policja.gov.pl/ka4/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuje/241684,Obywatelskie-ujecie-30-letniej-zlodziejki.html> dostęp 31.12.2022

²⁷⁶ <https://bierun.policja.gov.pl/ka3/informacje/aktualnosci/228595,Podziekowanie-za-obywatelskie-ujecie.html> dostęp 31.12.2022

²⁷⁷ <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/informacje/wiadomosci/142159,Wlamywacz-zatrzymany-na-goracym-uczynku.html> dostęp 31.12.2022

²⁷⁸ <https://mikolow.policja.gov.pl/k15/informacje/wiadomosci/195548,Swiadek-zareagowal-i-pomogl-zatrzymac-pijanego-kierowce.html> dostęp 31.12.2022

²⁷⁹ <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/informacje/wiadomosci/21893,Obywatel-zadzwonil-policjanci-zatrzymali-wlamywacza.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁰ <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/prewencja/prewencja-w-czestochow/22193,Pogadanka-w-Liceum-Samorządowym-naKukuczki.html> dostęp 31.12.2022

*Będąc świadkiem przestępstwa ściganego z urzędu, każdy obywatel ma społeczny obowiązek zawiadomić o tym odpowiednie organy ścigania! (art.304 § 1 KPK).*²⁸¹

Stosowanie formy nominacyjnej obywatel jest kolejnym już sposobem na użycie języka specjalistycznego przez oficera. Można dzięki niemu z powodzeniem zidentyfikować nadawców takich komunikatów i określić ich cel komunikacyjny.

Świadek

W próbie identyfikacji zwrotów określających podmiot komunikatu w tekstach kampanii uwagę zwrócił leksem świadek. W komunikatach akcji został on użyty 1015 razy. Przyjrzyjmy się kilku przykładom:

*Zatrzymanie sprawców było możliwe dzięki szybkiej reakcji świadków zdarzenia i samej pokrzywdzonej.*²⁸²

*Zatrzymanie sprawców po anonimowym telefonie świadka zdarzenia, to kolejny przykład na pozytywną postawę osoby, której bezpieczeństwo w naszym mieście nie jest obojętne, w myśl idei kampanii „NIE REAGUJESZ – AKCEPTUJESZ.”*²⁸³

*Anonimowemu świadkowi dziękujemy i gratulujemy działania w myśl kampanii "Nie reagujesz – akceptujesz."*²⁸⁴

*Dziękujemy za obywatelską postawę świadkom!*²⁸⁵

Leksem świadek w polszczyźnie występuje przede wszystkim w kontekście wymiaru sprawiedliwości. Drugie znaczenie tego słowa jest odwołaniem do „osoby obecnej przy czymś, mogącej stwierdzić to, co widziała”.²⁸⁶ Zastosowanie tego słowa to rodzaj kierowania uwagi czytelnika na charakter podmiotu komunikatu oraz osadzenie tematyczne tego tekstu. Jest zatem sposobem na ujawnienie kontekstu opisywanego zdarzenia.

Anna Z.

Wyrazem typograficznego konwenansu są określenia dotyczące zatrzymanych sprawców przestępstw. Oto kilka przykładów pochodzących ze strony internetowej KMP Ruda Śląska:

²⁸¹ <https://myszkow.policja.gov.pl/k17/informacje/wiadomosci/266397,Obywatelskie-ujecie-nietrzezwego-kierujacego.html> dostęp 31.12.2022

²⁸² <https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/16781,Zareagowali-i-zatrzymali.html> dostęp 31.12.2022

²⁸³ <https://swietochlowice.policja.gov.pl/k25/informacje/aktualnosci/62290,Uczestnicy-bojki-zatrzymani.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁴ <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/222021,Po-anonimowym-telefonie-dzielnicowi-zatrzymali-pijana-kierujaca.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁵ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/299428,Swiadkowie-zatrzymali-nietrzezwego-kierowce.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁶ Markowski A. (1999): Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN, Warszawa, s. 1024.

Sylwester D został złapany przez funkcjonariuszy na gorącym uczynku kradzieży elementów infrastruktury kolejowej.²⁸⁷

Bartosz B lat 20, *Wojciech M* lat 24 i *Krzysztof K* lat 25 usłyszeli zarzuty dokonania rozboju wspólnie i w porozumieniu.²⁸⁸

Marek T usłyszał zarzuty kradzieży mienia oraz kradzieży dokumentów.²⁸⁹

Nazwy własne występują tutaj jako imiona w towarzystwie pierwszej litery nazwiska. To przykład stałych indywidualnych, które razem z predykatem tworzą zdanie. Mamy tutaj do czynienia z brakiem utożsamienia nazwisk, co jest podyktowane ochroną osoby zatrzymanej, której przysługują prawa gwarantujące respektowanie jej godności. Chodzi tutaj o wybrane konstytucyjne prawa i wolności obywateli (m.in. prawo do prywatności, ochrona danych osobowych). Warto podkreślić, iż przedstawiony tutaj sposób prezentowania osób zatrzymanych najczęściej był wykorzystywany w komunikatach prasowych KMP Ruda Śląska. Wśród 47 komunikatów tej jednostki, które znalazły się w korpusie badawczym niniejszej rozprawy, forma ta pojawiła się 30 razy. W pozostałych jednostkach można mówić o sporadycznym występowaniu opisanego tutaj trybu postępowania. Ten sposób zapisu i nominacji jestem skłonna traktować jako przejaw języka specjalistycznego Policji.

Etonimy

Zwracam teraz uwagę na etnonimy, użyte zarówno w liczbie pojedynczej, jak i liczbie mnogiej w analizowanych tu przekazach. Jak pisze Malec: „etnonimy użyte w liczbie pojedynczej nie identyfikują osoby jako określonej jednostki, lecz oznaczają członka danej grupy społecznej, mieszkańca danego kraju, prowincji(...)Mają one charakter deskrypcji nieokreślonej i są zaliczane do wyrazów pospolitych, które mają pewne właściwości zbliżające je do nazw własnych”.²⁹⁰ Kowalik – Kaleta wyróżnia dwie kategorie etnimów: tzw. nazwy mieszkańców i etnika. Mnie interesują te pierwsze, a odnoszą się do: „pojedynczych osób zamieszkujących dany kraj, obszar etniczny lub miasto(...)Tego typu podział pozwolił jego autorce uzasadnić, że nazwy mieszkańców obok cech apelatywów, mają również pewne właściwości nazw

²⁸⁷ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/54312,Informacja-o-przestepstwie-goracy-uczynek.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁸ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/informacje/wiadomosci/53837,Dozory-i-poreczenia-majatkowe-dla-sprawcow-rozboju-mapa.html> dostęp 31.12.2022

²⁸⁹ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/informacje/wiadomosci/54115,Nie-reagujesz-akceptujesz-mapa.html> dostęp 31.12.2022

²⁹⁰ Malec M. (1998): Etonimy. Nazwy narodowości. Nazwy mieszkańców W: Polskie nazwy własne. Encyklopedia, red. Rzetelska-Feleszko E., Warszawa–Kraków, s. 182.

własnych, co stwarza konieczność określenia ich specyficznego charakteru”²⁹¹. I właśnie wydaje się, że podkreślenie tego specyficznego charakteru stało się istotnym działaniem podejmowanym przez oficerów prasowych przy nazywaniu sygnalistów. Oto kilka przykładów:

*Dzięki odwadze i szybkiej reakcji dwóch bielszczanek, które były świadkami napadu na starszą kobietę, dzielnicowi z komisariatu I zatrzymali 47-letniego mężczyznę podejrzanego o to przestępstwo.*²⁹²

*Dzielnemu bytominowi za odwagę, hart ducha oraz natychmiastową reakcję na krzywdę innych, osobiście podziękował szef bytomskiej policji oraz prezydent miasta”.*²⁹³

*„Tyszanie nie akceptują pijanych kierowców.”*²⁹⁴

*Mysłowiczanie swoją reakcją przyczynił się do zatrzymania kierowcy, który w organizmie miał ponad 3 promile alkoholu.*²⁹⁵

Mamy tutaj do czynienia z przykładami określenia sygnalistów kampanii przez miejsce zamieszkania. Przedstawione nazwy nie są ani oficjalne, ani familiarne, ani skracające dystans. W porównaniu z osobą lokującą jednak sygnalistę i zdarzenie w pewnym miejscu. Wydaje się, że podobnie dzieje się w przypadku leksemu mieszkańcy (mieszkaniec, mieszkanka, mieszkańców), który w korpusie wystąpił 737 razy. Choć by zachować precyzję kontekstu, ten leksem wymaga przydawki w postaci nazwy miasta.

Przy tak przyjętej perspektywie można przyjąć, iż zastosowanie nazw geograficznych razem z leksem mieszkaniec ma na celu zasygnalizowanie pewnych wartości, „wzbudzenie odpowiedniego aksjologicznego przeżycia”.²⁹⁶ Oto kilka przykładów:

*Mieszkańcy Ustronia ujęli na gorącym uczynku przestępstwa 50-latka, który z pod sklepu w centrum miasta ukradł rower.*²⁹⁷

²⁹¹ Kowalik-Kaleta Z. (1982): Miejsce kategorii nazw mieszkańców (Polanin, Francuz, warszawiak) oraz etników (Wiślanie, Litwini) w systemie językowym, „Onomastica” XXVII, s. 40

²⁹² <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/5476.Zaatakowal-kobiety-gazem-pieprzowym.html> dostęp 31.12.2022

²⁹³ <https://bytom.policja.gov.pl/ka4/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuje/230142.Komendant-i-prezydent-podziekowali-za-odwage.html> dostęp 31.12.2022

²⁹⁴ <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/160355.Tyszanie-nie-akceptuja-pijanych-kierowcow.html> dostęp 31.12.2022

²⁹⁵ <https://myslowice.policja.gov.pl/k16/informacje/wiadomosci/268292.Komendant-podziekowal-za-wzorowa-postawe.html> dostęp 31.12.2022

²⁹⁶ Dąbska I. (1973): O konwencjach semiotycznych”, Studia Semiotyczne, t. IV

²⁹⁷ <https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/16781.Zareagowali-i-zatrzymali.html> dostęp 31.12.2022

Zgłaszającym mieszkańcom Ziemięcic, którzy powiadomili policjantów o swoich podejrzeniach, dziękujemy za czujność.²⁹⁸

I Zastępca Komendanta Powiatowego Policji w Wodzisławiu Śląskim mł. insp. Grzegorz Matuszek podziękował mieszkańce Świerklan za wzorową postawę obywatelską.²⁹⁹

Mieszkańcy Szombierek mówią nie włamywaczom!³⁰⁰

Pani Anna

Wreszcie oficerowie stosują też formy skracające dystans i maksymalnie precyzujące, czyli wyrażenia pan/pani plus imię/imiona. Ten rodzaj precyzji stylistycznie nadaje rangę szacunku dla danej osoby. Przyjrzyjmy się w związku z tym kilku przykładom:

Pan Adam i Pani Barbara przyczynili się do zatrzymania przez policję nietrzeźwego kierującego, który miał prawie 3 promile alkoholu w organizmie.³⁰¹

Pani Aleksandra uniemożliwiła dalszą jazdę nietrzeźwemu kierowcy, który prowadził samochód mając ponad 3 promile alkoholu w organizmie.³⁰²

Pani Monika, widząc, jak mężczyzna przejeżdża na czerwonym świetle przy przejściu dla pieszych uniemożliwiła mu dalszą jazdę, a gdy poczuła od niego alkohol wezwwała policję.³⁰³

Pan Jacek jako jedyny udzielał pomocy 57-letniemu kierującemu, który zasnął i zjechał z drogi.(...)Pan Jacek jest bardzo skromnym człowiekiem.³⁰⁴

Pan Łukasz ujął nieodpowiedzialnego kierowcę, który stworzył realne zagrożenie dla wielu ludzi.³⁰⁵

Panu Marcinowi życzymy, aby bezinteresowne dobro, którym kierował się udzielając pomocy, wróciło do niego z nawiązką.³⁰⁶

²⁹⁸ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/347450.Powiadomili-ze-jada-za-nietrzezym-kierujacym.html> dostęp 31.12.2022

²⁹⁹ <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/informacje/wiadomosci/267310.Podziekowania-za-wzorowa-postawe-obywatelska.html> dostęp 31.12.2022

³⁰⁰ <https://bytom.policja.gov.pl/ka4/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuje/220494.Mieszkanicy-Szombierek-mowia-NIE-wlamywaczom.html> dostęp 31.12.2022

³⁰¹ <https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/268211.Podziekowania-dla-malzenstwa-za-pomoc-w-zatrzymaniu-nietrzezwego-kierujacego.html> dostęp 31.12.2022

³⁰² <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/informacje/wiadomosci/267310.Podziekowania-za-wzorowa-postawe-obywatelska.html> dostęp 31.12.2022

³⁰³ <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/informacje/wiadomosci/275995.Komendant-podziekowal-za-reakcje.html> dostęp 31.12.2022

³⁰⁴ <https://pszczyzna.policja.gov.pl/k19/informacje/aktualnosci/277227.Pomogl-gdy-inni-nawet-sie-nie-zatrzymali.html> dostęp 31.12.2022

³⁰⁵ <https://raciborz.policja.gov.pl/k20/informacje/wiadomosci/271853.Komendant-podziekowal-za-wzorowa-postawe-obywatelska.html> dostęp 31.12.2022

³⁰⁶ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/263379.Przypadkowy-swiadek-nieprzypadkowy-bohater.html> dostęp 31.12.2022

Tak mówi się o swoich sąsiadach, ludziach bliskich głównie przez przestrzeń zamieszkania, podróży, bycia gdzieś przez jakiś czas. To także przykład wyrażenia sympatii. To unormowane, dość stabilne i powtarzające się egzemplifikacje. Bywa, że formy te nie występują samodzielnie, ale zostają wzbogacone o dodatkowe informacje, pozwalające na poznanie ról społecznych, czy też statusu, a nawet miejsca zamieszkania bohaterów tekstów tj. „Pan Marcin z Czechowic-Dziedzic”.³⁰⁷

Matka/ojciec

W dalszej analizie zwracam uwagę na role rodzinne (matka, ojciec, rodzice) oraz role związane z przynależnością do grup nieformalnych – mowa o sąsiadach. W tym drugim przypadku zakładam, że chodzi przede wszystkim o role determinowane miejscem zamieszkania. Nie pomijam potrzeby doraźnej pomocy czy też nieformalnego wsparcia. Analiza ilościowa korpusu wykazała, iż w tekstach kampanii słowa matka pojawiła się 42 razy, ojciec 20, a rodzice 33. Przywołanie tych leksemów, to odwołanie się do wartości bardzo ważnych w życiu każdego człowieka. To nawiązanie do jednostek najważniejszych w życiu i wychowaniu dziecka. A zatem użycie tego nazewnictwa przy jednoczesnym zaprezentowaniu określonego kontekstu, może wpłynąć na stan mentalno-emocjonalny odbiorcy, co z kolei może mieć wpływ na podejmowane w przyszłości przez niego działania. Oto kilka egzemplifikacji:

*Pijana matka została przewieziona do policyjnego aresztu, jej malutka córeczka pod opiekę trafiła do placówki wychowawczej.*³⁰⁸

*Zareagował ojciec chłopczyka, który wiedząc, że kobieta może znajdować się pod wpływem alkoholu, powiadomił o sytuacji oficera dyżurnego jednostki.*³⁰⁹

*Rodzice nastolatki rozpoczęli pościg za przestępcami i po kilkuset metrach ujeli jednego z nich.*³¹⁰

Przyjrzyjmy się jak sytuacja prezentuje się w przypadku leksemu sąsiad. Ten w analizowanym korpusie pojawił się 129 razy. Oto przykłady:

*To kolejny już przykład, że czujność sąsiadów ma kolosalne znaczenie w dbaniu o bezpieczeństwo wszystkich osób mieszkających budynku.*³¹¹

³⁰⁷ Tamże,

³⁰⁸ <https://chorzow.policja.gov.pl/ka5/informacje/wiadomosci/107252,Pijana-matka.html> dostęp 31.12.2022

³⁰⁹ <https://jastrzebie-zdroj.policja.gov.pl/k10/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/33549,Matka-z-promilami.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁰ <https://mokolow.policja.gov.pl/k15/informacje/wiadomosci/119598,Ujeli-zlodzieja-ktory-ukradl-im-rower.html> dostęp 31.12.2022

³¹¹ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/141261,Dzieki-czujnemu-sasiadowi-zatrzymano-wlamywacza.html> dostęp 31.12.2022

*Dzięki sąsiadowi i świadkom zatrzymano trzech nastoletnich włamywaczy.*³¹²

*Mężczyzna wpadł w ręce policjantów dzięki czujności sąsiadów, którzy zaniepokojeni hałasami dobiegającymi z mieszkania obok powiadomili policję.*³¹³

Zawody

Postanowiłam także zidentyfikować nominacje odnoszące się do zawodów podmiotów prasowych komunikatów, por.

*Taksówkarz, który pragnie zachować anonimowość, swoją spostrzegawczością zapobiegł oszustwu, do którego mogło dojść na szkodę jednej z mieszkanek Katowic.*³¹⁴

*Żołnierz zatrzymał auto, którym kierował pijany mieszkaniec Cieszyna.*³¹⁵

*Przejeżdżający w tym czasie 35 letni nauczyciel zareagował na ten widok, zatrzymał pojazd i nie zważając na niebezpieczeństwo najpierw odebrał napastnikowi nóż, rozdzielił mężczyzn i powiadomił policję o zdarzeniu.*³¹⁶

*Do zatrzymania doszło dzięki reakcji pracowników pomocy drogowej, którzy zareagowali na jadącego całą szerokością jezdnii osobowego forda.*³¹⁷

*Pracownica banku widząc zdenerwowanie klientki oraz chęć do wypłaty znacznej kwoty gotówki wzmogła swoją czujność.*³¹⁸

*Sprzedawca salonu sieci komórkowej zatrzymał oszusta, który posługując się utraconym dowodem osobistym usiłował wyłudzić drogi, multimedialny telefon komórkowy podpisując umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.*³¹⁹

*Dziękujemy za obywatelską postawę dzielnemu kurierowi, który nie pozostał bierny na łamanie prawa i przyczynił się do zatrzymania nietrzeźwego kierującego.*³²⁰

³¹² <https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/36582.Mieszkancy-Katowic-nie-akceptuja-reaguja.html> dostęp 31.12.2022

³¹³ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/64628.Zatrzymany-dzieki-czujnosci-sasiadow.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁴ <https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/273879.Podziekowania-dla-katowickiego-taksowkarza-za-udaremnienie-oszustwa.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁵ <https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/352972.Zolnierz-zatrzymal-auto-ktorym-kierowal-pijany-mieszkaniec-Cieszyna.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁶ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/25410.Klotnia-z-sasiadem.html?search=709749515967.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁷ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/125019.Pracownicy-pomocy-drogowej-zareagowali-na-pijanego-za-kolkiem.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁸ <https://bytom.policja.gov.pl/ka4/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuje/175414,Dzieki-pracownicy-banku-emerytka-nie-stracila-pieniedzy.html> dostęp 31.12.2022

³¹⁹ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/25181,Zareagowal-i-zatrzymal-nastoletniego-oszusta.html> dostęp 31.12.2022

³²⁰ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/279525.Potrojna-ucieczka-pijanego-sprawcy-kolizji-zakonczona-fiaskiem-dzieki-nieustepli.html> dostęp 31.12.2022

*Funkcjonariuszka Śląskiej KAS zatrzymała nietrzeźwego kierowcę.*³²¹

*Bieruńska Policja i władze miasta podziękowali strażnikowi miejskiemu za właściwą reakcję na informację o nietrzeźwym kierowcy, następstwem której było udaremnienie dalszej jazdy mężczyzny z ponad 2 promilami.*³²²

*Nieodpowiedzialny 53-latek wpadł w ręce mundurowych dzięki reakcji strażnika więziennego, który wracając po zakończonej służbie do domu, zauważył jadącą slalomem osobówkę.*³²³

*We wtorkowe południe dyżurny dąbrowskiego komisariatu odebrał zgłoszenie od pracowników MOPS o nietrzeźwej kobiecie sprawującej opiekę nad małoletnim dzieckiem.*³²⁴

*Policjanci z Rybnika otrzymali informację, że w jednej z miejscowych przychodni przyjmuje lekarz, od którego wyczuwalna jest woń alkoholu. Badanie wykazało w organizmie 62-letniego medyka 0,5 promila alkoholu.*³²⁵

*Przebadane przez mundurowych kobiety sprzątające pomieszczenia szkoły posiadały w swoich organizmach odpowiednio 1,6 i 1,1 promila alkoholu.*³²⁶

*Ponad 3 promile alkoholu w organizmie miała 59-letnia ekspedientka, która obsługiwała klientów w jednym z dąbrowskich sklepów nocnych.*³²⁷

Każde odejście od języka specjalistycznego (osoba/Adam N./świadek/obywatel) traktuję jako zabieg służący przezwyciężaniu barier instytucjonalnych oraz pewnego rodzaju ukłon w stronę społeczeństwa. Przytoczone egzemplifikacje mają na celu podkreślenie ważności osób biorących udział w zaistniałym zdarzeniu. W ten sposób oficer nie traktuje tych osób instrumentalnie, a wyodrębnia ich z grupy, czyni wyjątkowymi, identyfikuje ich, nadając im funkcje podmiotu. Nierzadko też wyrażając nacechowany pozytywnie emocjonalny stosunek do nich. To także nadanie tożsamości aktorom dyskursu policyjnego, a wreszcie precyzyjne określenie tego, z kim odbiorca-czytelnik ma do czynienia, czytając dany komunikat. Poza tym to rodzaj niewypowiedzianego wprost apelu do społeczeństwa: 'każdy może zadziałać w myśl kampanii'. Może to być taksówkarz, żołnierz, kurier, nauczyciel, pracownica banku, czy też funkcjonariuszka KAS, a nawet, jak się okazało, mała dziewczynka, którą została w tekstach

³²¹ <https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/344104.Nie-reagujesz-akceptujesz-funkcjonariuszka-slaskiej-KAS-zatrzymala-nietrzezewego-.html> dostęp 31.12.2022

³²² <https://bierun.policja.gov.pl/ka3/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/264084.Podziekowania-za-pomoc-w-ujeciu-pijanegokierowcy-z-zakazem.html> dostęp 31.12.2022

³²³ <https://jastrzebie-zdroj.policja.gov.pl/k10/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/179890.Jazda-z-promilami-zakonczona-dzieki-reakcji-straznika-wieziennego.html> dostęp 31.12.2022

³²⁴ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/176940.Sprawowala-opieke-nad-synkiem-majac-ponad-2-promile-alkoholu.html> dostęp 31.12.2022

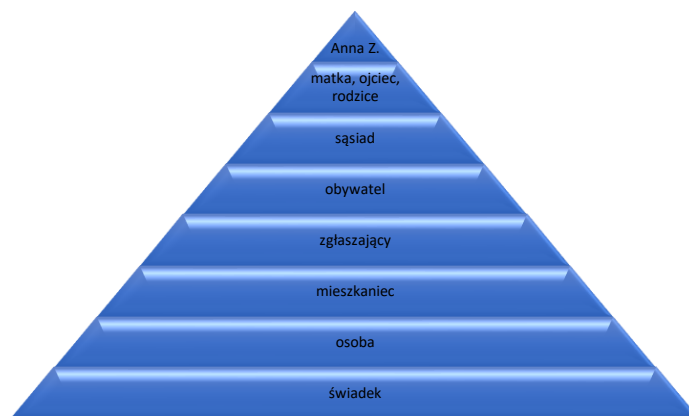
³²⁵ <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/162588.Przyjmowal-pacjentow-majac-05-promila.html> dostęp 31.12.2022

³²⁶ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/125982.Chwiejnym-krokiem-zamiataly-szkolny-korytarz.html> dostęp 31.12.2022

³²⁷ <https://dabrowa-gornicza.policja.gov.pl/ka8/informacje/wiadomosci/136070.Nie-zaakceptowali-slaniajacej-sie-za-sklepowa-lada-ekspedientki-quotnocnegoquot.html?search=36904382635632> dostęp 31.12.2022

kampanii nazwana małą świętochłowską bohaterką, przyczyniając się do zatrzymania sprawców przestępstwa.³²⁸

Przeprowadzone w rozdziale badanie pozwoliło na zidentyfikowanie szerokiego wachlarza nazw stosowanych do opisu uczestników ilustracji dyskursu policyjnego, zwłaszcza sygnalistów. Hierarchiczny układ nazw prezentuje poniższy układ dotyczący częstotliwości ich występowania



Wykres 9. Hierarchiczny układ nazw sygnalistów kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” opracowanie własne.

Na samym dole przedstawionego układu znalazł się leksem *świadek*. W komunikatach akcji został on użyty 1015 razy. Kolejne w tym układzie z największą liczbą zastosowań jest słowo *osoba*, jako przykład najmniej określający uczestników dyskursu. Egzemplifikacja ta została użyta w kampanii 918 razy. Następną nazwą umieszczoną w układzie jest słowo *mieszkaniec*, które w korpusie wystąpiło 737 razy. Powyżej został umieszczony leksem *zgłaszający*, który został zastosowany w 454 przypadkach. Następną nazwą umieszczoną powyżej jest *obywatel*. W trakcie analizy korpusu odnaleziono 152 takie przypadki. Powyżej został przedstawione role związane z przynależnością do grup nieformalnych – mowa o sąsiadach. Leksem *sąsiad* został użyty w tekstach kampanii 129 razy. Na następnej pozycji zostały umieszczone role rodzinne (matka, ojciec, rodzice). Analiza ilościowa korpusu wykazała, iż w tekstach kampanii słowa matka pojawiła się 42 razy, ojciec 20, a rodzice 33. Na wierzchołku piramidy zostały umieszczone typograficzne konwenanse określone mianem Anna Z. stanowiące połączenie imienia i pierwszej litery nazwiska. Takich przykładów zidentyfikowałam 30 w komunikatach KMP Ruda Śląska. Ze względu na brak ustaleń co do ilości wystąpień w korpusie form

³²⁸ <https://swietochlowice.policja.gov.pl/k25/informacje/aktualnosci/255528.Mala-swietochlowicka-bohaterka.html> dostęp 31.12.2022

skracających dystans, a także nazwy zawodów, nie umieszczono ich w powyższym układzie. Analiza wykazała, że w różnorodności stosowanych nominacji na bohaterów kampanii cztery strategie nawiązywały do języka specjalistycznego, typowego dla dyskursu policyjnego. Należą do nich świadek, obywatel, Anna Z. oraz osoba. Pozostałe opisane i omówione określenia są próbą nawiązania pewnej sympatii w stosunku do aktorów zdarzeń, przybliżenia ich odbiorcom czy wreszcie okazaniu szacunku. To są już cechy dyskursu publicznego (dyplomacja, grzeczność) a w szczególności medialnego (konkretyzacja, identyfikacja). Traktuję te dowody jako składniki składające się na odpowiedź o przynależności dyskursywnej tekstów kampanii, a więc i jej w całości.

Tę konkluzję wzmocniają też praktyki oficerów stosowane w tytułach komunikatów, por.

*Nie reagujesz – akceptujesz! Świadek poinformował, policjant z psem tropiącym zatrzymał włamywacza.*³²⁹

*Świadek zareagował, Komendant Policji zrobił resztę.*³³⁰

*Świadek usłyszał brzęk tłuczonego szkła, resztę zrobili policjanci.*³³¹

*Świadkowie zareagowali, a dzielnicowi zatrzymali.*³³²

Takie oraz im podobne nagłówki wprowadza podział my/oni, a w efekcie do utworzenia – tak pożądanej przez policyjnych decydentów i twórców kampanii – opozycji Policja i mieszkańcy *versus* przestępcy. Traktuję te przykłady jako dowody na próby zmiany postrzegania Policji, która stoi po stronie mieszkańców, razem z nimi buduje bezpieczny świat, a we wspólnocie widzi się korzyść społeczną.

Pozostając jeszcze na chwilę przy gatunku notatki prasowej zwracam uwagę na przykład komunikatu stanowiący alternację jej wzorca, wynikającą z przekształceń składników wzorca kanonicznego. Oto egzemplifikacja:

Informacje przekazane przez świadka przyczyniły się do zatrzymania 55-letniego napastnika, który ugodził nożem w szyję swojego 34-letniego kolegę. Mężczyzna jadący na rowerze za uciekającym sprawcą, na bieżąco

³²⁹ <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/informacje/wiadomosci/20414,Nie-reagujesz-akceptujesz-Swiadek-poinformowal-policjant-z-psem-tropiacym-zatrzy.html> dostęp 31.12.2022

³³⁰ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/339006,Swiadek-zareagowal-komendant-Policji-zrobil-reszte.html> dostęp 31.12.2022

³³¹ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/314956,Swiadek-uslyszal-brzek-tluczonego-szkla-reszte-zrobilipolicjanci.html> dostęp 31.12.2022

³³² <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/230992,Swiadkowie-zareagowali-a-dzielnicowi-zatrzymali.html> dostęp 31.12.2022

relacjonował dyżurnemu drogę jego ucieczki. Dzięki temu, już chwilę później, podejrzany został zatrzymany przez patrol z prewencji.³³³

Autor nie ujawnia wprost swojego zdania na temat opisywanej rzeczywistości, nie ocenia, a jego w domyśle krytyczna postawa jest wyrażana implicytnie. Nadawca występuje także jako narrator, który w subiektywny sposób prezentuje rzeczywistość, a dodatkowo eksponuje odpowiedź na hasło kampanii: Mężczyzna jadący na rowerze za uciekającym sprawcą, na bieżąco relacjonował dyżurnemu drogę jego ucieczki. Autor tekstu przedstawia następujące po sobie zdarzenia, nie tylko w lidzie, ale także w rozwinięciu:

*Do zdarzenia doszło na bielskiej ul. Sukienniczej, gdzie dwaj pijani mężczyźni wszczęli awanturę. Pokłócili się, bo starszy z nich zabrał młodszemu telefon komórkowy i gotówkę. Pomimo próśb, przywłaszczonych rzeczy nie zamierzał oddawać. W czasie szamotaniny napastnik wyjął nóż, którym dwukrotnie ugodził w szyję swoją ofiarę. Pokrzywdzony doznał rany ciężkiej tchawicy. Przewrócił się, ale sprawca nadal kontynuował atak. Bił i kopał mocno już krwawiącą ofiarę, po czym rzucił się do ucieczki. Na miejsce wezwano pogotowie, które udzieliło rannemu pomocy. W pościg za sprawcą ruszył na rowerze jeden ze świadków zdarzenia, który zadzwonił na numer alarmowy i na bieżąco relacjonował dyżurnemu drogę jego ucieczki. Dyżurny natychmiast skierował na miejsce patrol, który po krótkim pościgu zatrzymał napastnika. Badanie alkometrem wykazało, że miał w organizmie blisko promil alkoholu. Przewieziono go do policyjnego aresztu. Nazajutrz zatrzymany usłyszał zarzuty spowodowania ciężkiego uszczerbku na zdrowiu pokrzywdzonego, za co może mu grozić nawet do 10 lat za kratami. Na wniosek policji i prokuratury, bielski sąd podjął decyzję o jego tymczasowym aresztowaniu.*³³⁴

W tym miejscu nie sposób nie zwrócić uwagi, iż przedstawiony przykład to egzemplifikacja dawnego stylu prasy, w którym widać skostnienie komunikatu, na co wpływ mają typowe frazy urzędowo-sprawozdawczo-administracyjne, które nie szukają czytelnika, ale mają opisać, co zaszło *ad acta*. Mamy tutaj także do czynienia z jaskrawym przykładem, gdzie dobrze „zapowiadający się”, perswazyjny tytuł prowadzi do lidu i rozwinięcia z dużą ilością szczegółów, wypełnionych imiesłowami i abstrakcyjnymi rzeczownikami (zatrzymanie, ucieczka, prewencja, jadący, uciekającym, zatrzymany, przekazane) czego nie lubi przeciętny użytkownik języka. Analiza ilościowa wykazała, iż wymienione tutaj przykłady bardzo często pojawiają się w tekstach kampanii: zatrzymanie(359), ucieczka (87), prewencja (252), jadący (164), uciekającym (47), zatrzymany (536), przekazane (353).

Na uwagę zasługuje fakt, iż brak jest sygnowania w przedmiotowych tekstach kampanii. Komunikaty nie są więc podpisane. Nie jest to absolutnie ukrywanie własnej podmiotowości przez oficera prasowego, a bardziej maskowanie podmiotu wypowiedzi, co wynika z

³³³ <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/113706.Areszt-dla-nozownika.html> 31.12.2022

³³⁴ Tamże,

przyjętych standardów. Jak już pisałam na wstępie, oficer prasowy jako nadawca, nie występuje w swoim imieniu, lecz instytucji. Mimo tego jednak, iż stworzony przez niego komunikat nie jest podpisany (co czyni w pewnym sensie oficera niewyróżnionym elementem policyjnej zbiorowości), to wiemy z jakiego źródła pochodzi. Więc jeśli odbiorca nie wie, kto stoi za treścią przekazu, to wie jaka instytucja. Z drugiej strony podobną tendencję obserwujemy w prasie, radiu, czy też postach zamieszczanych w internecie. Wydaje się, że informacja, kto pisze, nie zawsze jest potrzebna. Ważne, że wiemy, co ktoś pisze, jak to pisze i o czym.

7.1.2. Aspekt stylistyczny

W tej części pracy podejmę próbę odpowiedzi na pytanie, czy policyjne komunikaty dotyczące kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz”, wyczerpują znamiona aktu retorycznego, wnosząc przy tym, że są one wyrazistą stylistycznie formą komunikacji społecznej. Przyjmuję perspektywę, iż treści kampanii stanowią narzędzie wpływu na odbiorcę, po to by utwierdzić go w jakimś przekonaniu. Materiał stanowiący korpus, który posłuży analizie, jest wytworem ludzkiej działalności, a więc oficerów prasowych 31 jednostek terenowych Śląskiej Policji. Teksty korpusu zachowują symboliczny charakter, są adresowane do mieszkańców Śląska i są działaniem celowym. Jest to pewnego rodzaju zabieg poczyniony przez policyjnych decydentów, którego dążeniem jest zbudowanie porozumienia na osi Policja – mieszkańcy, gdzie celem nadrzędnym jest przekonanie społeczeństwa do aktywizacji w kampanii poprzez informowanie o zaistniałych przypadkach społecznego sygnalizowania o wykroczeniach i przestępstwach. Przedmiotem moich zainteresowań w szczególności będą użyte w tekstach takie środki stylistyczne przyjmujące postać językowych strategii perswazyjnych następującego rodzaju: argumentacja, apele, oceny, sugestie oraz interpretacje. Przytaczam w związku z tym definicję Laskowskiej, która pisze: „Perswazja językowa jest to działanie werbalne nadawcy (zauważone przez obserwatora), dążące do zmiany stanu mentalnego, postawy lub do pożądanego przez nadawcę działania odbiorcy”.³³⁵ Zwracam także uwagę na słowa Walerego Pisarka: „W praktyce perswazyjny charakter konkretnego tekstu poznajemy po pierwsze – po obecności w nim środków prymarnie perswazyjnych, po drugie – po środkach, które wartości perswazyjne nabierają dopiero w danym tekście, po trzecie – po strukturze tego tekstu, a po czwarte – wnioskujemy o takim charakterze tekstu ze

³³⁵ Laskowska E. (2014): Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym, Bydgoszcz

znajomości intencji jego nadawcy”.³³⁶ Apele stanowią wyrażenia najwyższego rzędu. Powstają na podstawie ocen, na których kształt wpływ mają interpretacje. Argumentacje w tym układzie hierarchicznym mają charakter służebny wobec apeli, ocen i interpretacji. Wspomagają wymienione techniki, co ma wpłynąć na ich powodzenie.

Apele

Można wydzielić kilka chwytów językowych, które służą apelom: konstruowanie jakiegoś „my”; ogniskowanie wokół wspólnej wartości, symbolu; bezpośrednie wartościowanie ujemne bądź dodatnie; nakłanianie, zachęcanie; operowanie konkretem; niwelowanie dystansu.³³⁷ Realizacja tego zamierzenia może przybrać m.in. formę rozkazu poprzez odwołanie się do nadrzędnej roli nadawcy, prośby, w przypadku której nadawca liczy na wyrozumiałość odbiorcy, a także obietnicy, która stanowi perspektywę nagrody. Do retorycznej strategii apelu zalicza się także akty działania komunikacyjne odnoszące się do żądania (`żądaj, oczekuję`), proponowania (`masz ochotę?, może by tak?, może?, czy chcesz?`) zgody (`możesz coś zrobić, masz wolną rękę`). Możemy wyróżnić apele racjonalne (apel do rozumu). Wspomniane strategie behawioralne, „służą nadawcy do nakłaniania partnera (partnerów), by podjął określone czynności lub przyjął pożądane przez nadawcę stanowisko wobec zaproponowanego działania”.³³⁸ Tkaczewski pisze, iż: „apel zakłada istnienie jakiegoś adresata, który reaguje nań (np. 2. os. 1. poj.) lub w wypadku apelu łagodnego 1. os. 1. mn. Ze środków językowych specyficzne dla apelu są typy modalne zdań, a ze środków morfologicznych najbardziej”.³³⁹ Autor zwraca uwagę na rozróżnienie apelu od ekspresji: „apel zakłada reakcję, natomiast funkcja ekspresyjna jest ukierunkowana wprawdzie też na adresata, nie wymaga jednak bezpośredniej reakcji”³⁴⁰. Wolińska do narzędzi apelu zalicza ponadto wypowiedzi postulatywne: „zdania powinnościowe, konstytuowane operatorami: powinien, należy, trzeba, nie wolno, i inne zawierające znaczenia konieczności; zwroty optatywne z żeby/oby; pytania retoryczne; kamuflujące apelatywność zdania

³³⁶ por. W. Pisarek (2003): *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*. W: *Język perswazji publicznej*, Mosiołek-Kłosińska K., Zgółka T. (red.) Poznań, s. 9–17.

³³⁷ Por. Ong W. (1992): *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Japola J. (przeł.), Lublin: Redakcja Wydawnictwo KUL, s. 67 i nast.

³³⁸ Awdiejew A., Habrajska G. (2006): *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask. Bergman O., 2014, *Kondycja reklamy prasowej i jej rynku w Drugiej Rzeczypospolitej w świetle opinii prasy specjalistycznej*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, t. XVII, z. 3 (35), s. 66

³³⁹ Tkaczewski D. (1996): *Styl funkcjonalny języka czeskiej reklamy telewizyjnej*. W: *Rozwarstwienie stylistyczne języków słowiańskich: style funkcjonalne i stylizacje literackie*, Międzynarodowa Konferencja Naukowa Katowice- Bytków 24-25.05.1996, Bluszcz A.J., Tkaczewski D. (red.), Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 130

³⁴⁰ Tamże,

twierdzące w futurum”.³⁴¹ Zdania powinnościowe według autorki: „są semantycznie najbliższe apelom, w miejsce wezwania skierowanego do odbiorcy wprowadzają znaczenie uogólnionej konieczności, ukrywając tym samym rolę nadawcy”.³⁴² Nie określają zatem ani jego roli, ani odbiorcy. Zaistniały w tym przypadku akt perswazyjny zostaje „obustronnie odindywidualizowany”.³⁴³

W tekstach kampanii zwracają uwagę te komunikaty, w których pojawiały się zdania powinnościowe, a więc zawierające znaczenie konieczności. Najczęściej konstituowane były takimi operatorami jak: *można, powinien, należy*. Oto przykłady:

Można również anonimowo zgłaszać informacje o przestępstwach czy też innych czynach bulwersujących społeczeństwo na telefon zaufania „Bezpieczne Tychy dość milczenia” - 32 327 72 00.³⁴⁴

Każdy, kto zetknie się z opisanym sposobem działania przestępców *powinien* natychmiast skontaktować się z Komendą Miejską Policji w Tychach(...).³⁴⁵

W przypadkach, gdzie liczy się szybka interwencja *należy* powiadomić dyżurnego komendy telefonując numer 997 (...).³⁴⁶

Przyjrzymy się bliżej temu, jakie uczucia są przywoływane w interesujących nas tu apelach. Poniższa tabela jest zestawieniem ewokowanych przez komunikaty emocji i została przygotowana w oparciu o przekazy z KPP Tarnowskie Góry oraz KMP Bielsko – Biała.

³⁴¹ Wolińska O. (1987): Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych, Katowice, s. 116

³⁴² Tamże,

³⁴³ Tamże,

³⁴⁴ <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/66744,Czujny-sasiad-Nie-reagujesz-akceptujesz-kradziez.html> dostęp 05.05.2023

³⁴⁵ <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/66274,Nie-reagujesz-akceptujesz-oszustka-zatrzymana.html> dostęp 05.05.2023

³⁴⁶ <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/158455,Wiecej-patrolu-na-ulicach-miasta.html> dostęp 05.05.2023

Kluczowy przekaz :	Charakter apeli i sekwencje emocji
<p>1. <i>Policjanci apelują, aby każdy reagował na niebezpiecznie zachowanie innych uczestników ruchu drogowego. Zadbajmy o bezpieczeństwo swoje i innych. Każdy nawet anonimowo pod numerem telefonu 112 może powiadomić najbliższą jednostkę Policji, o takim fakcie. Policjanci sprawdzą każdy sygnał.</i> 07/02/2022 TG</p> <p>2. <i>Pamiętaj !Nie reagujesz — akceptujesz! ta kampania społeczna śląskiej Policji ma na celu przede wszystkim ograniczenie liczby przestępstw pospolitych, między innymi poprzez zwiększenie świadomości obywatelskiej i wzmocnienie reakcji mieszkańców regionu na naruszenia prawa szczególnie dla nich uciążliwe. Bezpieczeństwo publiczne to nasza wspólna sprawa i wspólna troska.</i> 11/03/2021 BB</p>	<p>apele oparte na motywacji pozytywnej;</p> <ul style="list-style-type: none"> • bezpieczeństwo, • komfort psychiczny, • poczucie więzi • troska • wspólnota • poczucie siły
<p>3. <i>Mamy nadzieję, że postawa zgłaszających kobiet, w czasach ciągłego pośpiechu i zubożenia, będzie wzorem do naśladowania dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia. Pamiętajmy, że nie reagując na takie zachowania, pośrednio je akceptujemy, a tym samym godzimy się na możliwość wystąpienia ich negatywnych skutków, niejednokrotnie niestety tragicznych...</i> 25/05/2020 TG</p> <p>4. <i>Pamiętajmy, że każdy przypadek nietrzeźwego kierowcy na drodze to sprawa życia i śmierci. Dlatego reagujmy, gdy widzimy osobę chcącą wsiąść za kierownicę po spożyciu alkoholu, być może nasz sprzeciw uratuje komuś życie</i> (29/12/2021 BB)</p>	<p>apele oparte na motywacji negatywnej,</p> <ul style="list-style-type: none"> • zagrożenie, • zubożenie, • wyrzuty sumienia • spokój • brak empatii • obojętność • obawa • lęk

Tabela 1 Zestawienie emocji ewokowanych przez komunikaty prasowe kampanii; opracowanie własne (TG i BB)³⁴⁷

³⁴⁷ TG – Komenda Powiatowa Policji w Tarnowskich Górach; BB – Komenda Miejska Policji w Bielsku – Białej

W przedstawionych apelach mamy do czynienia z zastosowaniem motywacji pozytywnej jak i negatywnej, i tak też zostały sformułowane główne przekazy. W dwóch pierwszy apelach (1,2), oficer prasowy, jako ich twórca i nadawca, wskazuje, iż podjęcie zachowań w nich opisanych pozwoli na osiągnięcie komfortu psychicznego, który zapewnia poczucie bezpieczeństwa (w ruchu drogowym). Jego gwarancją jest reakcja na niebezpieczne zachowania innych uczestników ruchu drogowego. Oficer przekonuje, iż wystarczy tylko anonimowa informacja a policjanci sprawdzą każdy niepokojący obywateli sygnał. Tak poczyniony zabieg, może dać odbiorcy poczucie troski. Mamy tutaj też jaskrawy przykład aktu mowy o charakterze komisywnym: *Policjanci sprawdzą każdy sygnał* – to połączenie obietnicy, zobowiązania oraz gwarancji. Z kolei odwołanie się do bezpieczeństwa publicznego, jako wspólnej sprawy, nawiązuje do wspólnoty ale i dodaje siły, motywując do dalszego działania, a więc reagowania i nie akceptowania przestępstw pospolitych. W przedstawionych apelach zastosowano argumentację jednostronną, która jest zwykle skuteczniejsza w sytuacji, gdy odbiorcy przekazu wykazują pozytywne nastawienie do proponowanego zachowania lub widzą jego pozytywne konsekwencje.³⁴⁸ Co do samej treści, apele odnosiły się do konkretnych czynności, które mogą przyczynić się do ograniczenia przestępczości na terenie powiatu tarnogórskiego oraz bielskiego: anonimowe powiadomienie najbliższej jednostki Policji, reagowanie na przypadki naruszenia prawa. To jaskrawy przykład argumentacji mobilizującej, której celem jest zmobilizowanie społeczeństwa do działania na rzecz bezpieczeństwa. Do wzmocnienia emocjonalności w przedstawionych apelach, to posłużył temu użyte w nich określenia, silnie nacechowane uczuciowo: *negatywnych skutków, niejednokrotnie niestety tragicznych, zobojętnienie*. Celem tych apeli jest uświadomienie społeczeństwu ryzyka i konsekwencji problemu. Na uwagę zasługuje, iż w przedstawionych przykładach, można zauważyć sformułowania sugerujące identyfikację z grupą, do której kampania jest skierowana, chodzi tu o sformułowania: *każdy, bezpieczeństwo swoje i innych, nasz sprzeciw*. Taki zabieg daje poczucie przynależności do większej grupy i może wpływać na zwiększenie świadomości posiadania cech i umiejętności potrzebnych do realizacji pożądaných zachowań.

Argumenty

Wolińska zwraca uwagę, iż pożądanę jest aby akt perswazyjny zawierał argumentację, która uprzedza potencjalne wątpliwości odbiorcy. Podkreśla także, iż „odwołanie się do argumentów, a więc racjonalizacja przesłanek, nie jest konieczna, gdy akt perswazyjny zjawia

³⁴⁸ Lee P., Kotler N.R. (2011): *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*, Sage Publications, Inc., Los Angeles-London-New Delhi-Singapore, s. 325

się w tekście zawierającym wystarczające według oceny nadawcy dane uzasadniające jego treść”.³⁴⁹ Argumentacja aktywuje się często poprzez użycie zdań motywujących i przyczynowych. Czego przykładem jest poniższy tekst:

*Mamy nadzieję, że postawa zgłaszających kobiet, w czasach ciągłego pośpiechu i zubożenia, będzie wzorem do naśladowania dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia. Pamiętajmy, że nie reagując na takie zachowania, pośrednio je akceptujemy, a tym samym godzimy się na możliwość wystąpienia ich negatywnych skutków, niejednokrotnie niestety tragicznych.*³⁵⁰

Mamy tutaj do czynienia z egzemplifikacją prostej, konkretnej, dobitnej a zarazem emocjonalnej formuły. Analiza ilościowa korpusu wykazała, iż w 60 tekstach kampanii „Nie reagujesz- akceptujesz” została zastosowana podobna strategia (w różnej konfiguracji). Oto przykłady:

*Mamy nadzieję, że Pana zachowanie i postawa w czasach ciągłego pośpiechu i zubożenia będzie wzorem do naśladowania dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia.*³⁵¹

*Mamy nadzieję, że takie zachowanie i postawa będzie wzorem i motywacją dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia.*³⁵²

*Mamy nadzieję, że Państwa zachowanie i postawa będzie wzorem i motywacją dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia.*³⁵³

*Mam wielką nadzieję, że Pani zachowanie i postawa w czasach ciągłego pośpiechu i zubożenia będzie wzorem i motywatorem dla innych osób, które w podobnej sytuacji nie zawahają się zadziałać adekwatnie do zagrożenia.*³⁵⁴

Przyjmuję, że argumentacja stosowana w tych przekazach ma charakter idealistyczny, bo nawołuje do podporządkowania się konkretnemu systemowi wartości. Jest więc takim rodzajem komunikatu, w którym spotyka się wyraźna intencja argumentowania ze strony nadawcy i konieczność rozpoznania tej intencji ze strony odbiorcy. Wystąpienie w korpusie sześćdziesięciu takich przykładów pozwala na wyciągnięcie wniosku, iż opisane tutaj strategie są przykładem zaprojektowanych praktyk dyskursywnych. Słowa dobrane w tym komunikacie

³⁴⁹ Wolińska O. (1987): Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych, Katowice, s 119

³⁵⁰ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/aktualne-wydarzenia-w-k/293500,Zareagowaly-na-krzywde-dziecka.html?search=89372603964> dostęp 11.03.2023

³⁵¹ <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/184800,Swiadek-zareagowal-rozbojarz-w-rekach-policji.html> dostęp 05.05.2023

³⁵² <https://piekary-slaskie.policja.gov.pl/k18/informacje/wiadomosci/320539,Nietrzezwy-kierujacy-zatrzymany-dzieki-reakcji-swiadka.html> dostęp 05.05.2023

³⁵³ <https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/232344,Zareagowal-i-zatrzymal-nietrzezwego-kierowce.html> dostęp 05.05.2023

³⁵⁴ <https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/116423,Wyrozniona-za-obywatelska-postawe.html> dostęp 05.05.2023

prasowym stanowią uzasadnienie w strukturze dyskursu policyjnego i precyzują prowadzoną kampanię. Poczynione obserwacje skłaniają jeszcze do jednej konkluzji. Otóż zdaje się, że przedstawione tutaj egzemplifikacje, jak i wyniki analizy ilościowej, jawią się jako „syndrom Pigmaliona”. Jego osiągnięciu, na co uwagę zwraca Kiklewicz: „służy reduplikacja – wielokrotne powtarzanie elementów wypowiedzi, reprezentujących te same lub podobne treści. W ten sposób uwagę adresata kieruje się na określony temat, podczas gdy inne tematy zostają odsunięte na drugi plan”.³⁵⁵ Oczywiście nie chodzi o powtarzanie elementów w jednym tekście.

Pozostając jeszcze przy argumentacji, zwracam uwagę na trzy przykłady kolokwializmów znacząco obecnych w korpusie *podwójny gaz* (213 użyć), *gorący uczynek* (190 razy) oraz *chwiejnny krok* (14 użyć). Małgorzata Kita wskazuje, iż: „użycie kolokwializmów w obiegu publicznym, ma sugerować próbę odnawiania języka oficjalnego, zerwanie z jego schematyzmem i skostnieniem (...)może także służyć uaktywnieniu odbiorcy”.³⁵⁶ Użycie kolokwializmów cechuje osłabiona wartość poznawcza, natomiast jeśli zestawimy je z kontekstem sytuacyjnym, wówczas zostanie im nadany walor argumentu w przekonywaniu odbiorców. Oto ilustracje kontekstowe:

*Dzięki obywatelskiej interwencji zatrzymano kobietę, która na "podwójnym gazie" prowadziła toyotę.*³⁵⁷

*„Zatrzymanie przestępców na "gorącym uczynku" jest wynikiem szybkiej reakcji jednego z działkowiczów, który powiadomił dyżurnego policji”.*³⁵⁸

*Wczoraj w Tarnowskich Górach na Osiedlu Mickiewicza w ręce mundurowych wpadł 47-letni pijany kierowca forda, którego zdradził chwiejnny krok i niebezpieczne manewry samochodem.*³⁵⁹

W przedstawionych przykładach mamy jaskrawą egzemplifikację fatyczności, gdzie nadawca rozbraja spetryfikowaną frazę być pod wpływem alkoholu do postaci potocznej kolokacji znanej powszechnie i używanej jako eufemizm. Z kolei w drugim przykładzie opatrzenie cudzysłowem frazy gorący uczynek zdradza intencję prasowego oficera. Wyrazić ją można tak `wiem, że tak się mówi, ja co prawda nie powinienem w tym miejscu, ale jednak tak mówię

³⁵⁵ Kiklewicz A. (2020): O sugestywnym stylu tekstu, s .31

[http://www.journ.msu.ru/downloads/2022/Number_6_2020%20\(2\).pdf#page=25](http://www.journ.msu.ru/downloads/2022/Number_6_2020%20(2).pdf#page=25) dostęp 05.05.2023

³⁵⁶ Kita M. (1993) Perswazyjne użycie języka potocznego w kontakcie ogólnym W: Z problemów współczesnego języka polskiego. Wilkoń A. ,Warchala J. (red)” Katowice, s. 37

³⁵⁷ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/256724,Obywatelskie-zatrzymanie-pijanej-kierujacej-w-Czekanowie.html> dostęp 05.05.2023

³⁵⁸ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/aktualne-wydarzenia-w-k/65037.Zatrzymanie-dzialkowych-wlamywaczy.html> dostęp 05.05.2023

³⁵⁹ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/289596.Anonimowe-zgloszenie-i-zostal-zatrzymany-kolejny-pijany-kierowca.html> dostęp 05.05.2023

(piszę)'. Cudzysłów w tym przypadku stanowi znacznik i obnażenie autora tekstu, czego nie zastosowano w przykładzie z frazą *chwiejny krok*. Wszak nie ma ona nic wspólnego z tym stawianym przez małe nieporadne dziecko, lecz jest wynikiem upojenia alkoholowego dorosłego. Znowu użycie eufemistyczne ze stylu potocznego.

Oceny

Oceny oraz interpretacje należą do środków określanym przez Wolińską pośrednio perswazyjnymi. Zasadnicza różnica między nimi polega na tym, iż oceny przedstawiają sąd wartościujący, natomiast interpretacje gromadzą treści komentujące pomocne w formułowaniu ocen, stanowią zatem jej przesłankę lub uzasadnienie. Interpretacje same jednak nie wyrażają gotowego osądu. Oba wyrażenia uzupełniają się zatem, stanowiąc podstawę zasobów środków perswazyjnych w tekście. Oceny, jak pisze Wolińska, werbalizują ustalony subiektywnie sąd wartościujący nadawcy, który oczekuje, iż odbiorca podzieli jego opinię. Nie odwołują się do odbiorcy, jest jednak oczywiste, iż jako propozycja kwalifikacji wartościującej, powstały z uwagi na niego.³⁶⁰ Autorka zwraca uwagę, iż nośnikami ocen są przede wszystkim dwa rodzaje leksemów oceniających: prymarnie i sekundarnie. W pierwszym przypadku chodzi wyłącznie o dokonanie oceny, z kolei w drugim mamy do czynienia z wyrażeniami opisowo – oceniającymi, w których element wartościujący został dodany do znaczenia podstawowego. Zaprezentowany podział, choć stosowany jest często, bywa trudny do przeprowadzenia, na co wpływa brak ostrości między elementami wymienionych leksemów. To z kolei skutkuje zmianami historycznymi i kontekstowym. Wolińska pisze o: „konieczności uwzględnienia relatywizacji kontekstowej, bo to samo wyrażenie może być opisowe w jednym kontekście, a oceniające w inny. Wnikliwa analiza uświadamia, że – poza nielicznymi przykładami – różnica sprowadza się do różnic proporcji elementu opisującego i wartościującego. W wyrażeniach oceniających komponent oceniający jest integralnym, definicyjnym składnikiem znaczenia wyrazu, w opisowo – oceniających należy często do warstwy asocjacyjnej”.³⁶¹

Moją uwagę w tekstach kampanii przykuły narzędzia językowe, które są jaskrawym przykładem wyrażania wartościowania. Ich identyfikację w rozdziale oparłam na poszukiwaniu w tekstach pojedynczych słów, wartościujących wprost (prymarnie) lub sugerujących ocenę (wtórnie wartościujące), związkach frazeologicznych, a także konstrukcjach słowotwórczych, składniowych. Oto kilka przykładów wartościowania

³⁶⁰ Tamże, s. 122

³⁶¹ Wolińska O. (1987): *Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych*, Katowice, s. 122

pozytywnego odnoszącego się do działań podejmowanych przez mieszkańców powiatu bielskiego i tarnogórskiego oraz wartościowania negatywnego odnoszącego się do sprawców przestępstw i wykroczeń:

Wartościowanie pozytywne wprost i sugerujące ocenę w odniesieniu do opisanych reakcji mieszkańców:	Wartościowanie negatywne wprost i sugerujące ocenę w odniesieniu do opisanych działań sprawców przestępstw i wykroczeń:
wzorowy, bohaterski, obywatelska postawa, zdecydowana reakcja, wzorowa postawa, wyraźny sprzeciw społeczny, szybka reakcja, pomoc i odwaga, zaangażowanie i odwaga, pomoc i bezpieczeństwo, pomoc i reakcja, dobry przykład, przykład godny do naśladowania, zdecydowany i szybki odzew, zminimalizowanie potencjalnych szkód;	Pijany, nieodpowiedzialny, agresywny, nieobliczalny, bezduszny, brutalny, wyrodna, chuligan, skrajna nieodpowiedzialność, agresywny złodziej, surowa konsekwencja, negatywny skutek, pijany kierowca, nieodpowiedzialny kierowca, włamanie i kradzież, grzywna oraz kara, odpowiednie konsekwencje;

Tabela 2. Przykłady wartościowanie pozytywnego i negatywnego w tekstach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” opracowanie własne;

Dane, które zostaną zaprezentowane poniżej dotyczą z kolei wszystkich tekstów kampanii. Dane zostały uzyskane w oparciu o analizy przeprowadzone przy użyciu narzędzia służącego do samodzielnego tworzenia elektronicznych korpusów tekstów o nazwie Korpusomat.³⁶² Komentarza w tym miejscu wymaga powtarzalność w określaniu i nazywaniu sygnalistów. Analiza ilościowa korpusu wykazała, iż najczęściej byli oni nazywani *świadcami*. Takie określenie pojawiło się w korpusie 1015 razy. Na drugim miejscu uplasowało się słowo *osoba*, zidentyfikowane w korpusie 918 razy. Na trzecim miejscu uplasował się leksem *mieszkaniec*, użyty w tekstach kampanii 737 razy. Jeśli chodzi o elementy przedstawione w tabeli odnoszące się do reakcji mieszkańców, to w korpusie badawczym wśród najczęściej występujących można wyróżnić:

³⁶² Por. Kieraś W., Kobyliński Ł., Ogrodniczuk M. (2018): Korpusomat – a tool for creating searchable morphosyntactically tagged corpora, W: Computational Methods in Science and Technology, 24 (1), s. 21–27. Aplikacja ta łączy narzędzia stworzone w Zespole Inżynierii Lingwistycznej Instytutu Podstaw Informatyki PAN – szczegółowy wykaz narzędzi: <https://korpusomat.pl/overview> (dostęp 05.05.2023)

Środki nazywające wartości w kampanii w odniesieniu do mieszkańców Śląska oraz ich działań:

Wzorowy (241), bohaterski/bohater (48), obywatelska postawa (276), zdecydowana reakcja (103), wzorowa postawa (173), wyraźny sprzeciw społeczny (30), szybka reakcja (166), pomoc (536), odwaga/odważny(a) (107), zaangażowanie (71), przykład godny do naśladowania (191), szybki odzew (19), świadomość obywatelska (169), wzór i motywacja (13), przykład prawidłowy (65), uznanie i szacunek (10), podziw (34), uznanie (103), zminimalizowanie potencjalnych szkód (23),

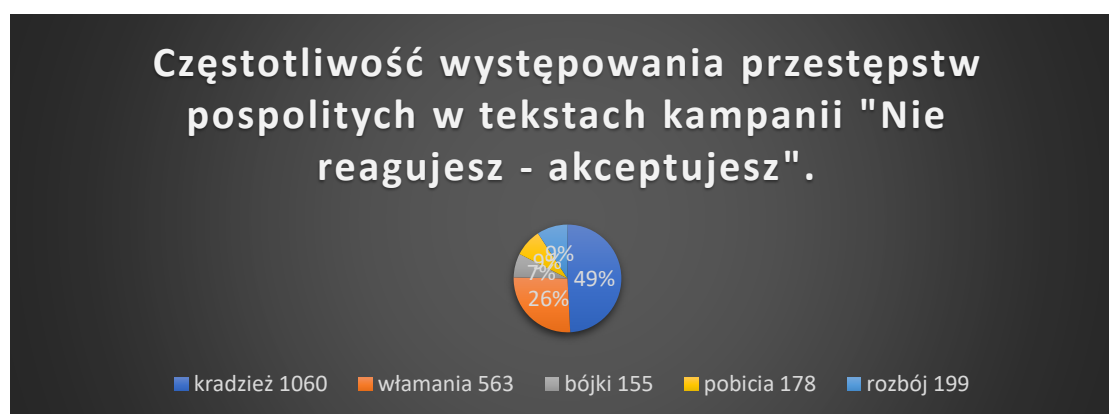
Tabela 3. Środki nazywające wartości w kampanii w odniesieniu do mieszkańców Śląska oraz ich działań; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu.

Przedstawione w obu tabelach przykłady są dowodem na to, iż mieszkańcy Śląska reagujący na przypadki łamania prawa w ich najbliższym otoczeniu, są wzorem godnym do naśladowania, dobrym przykładem dla innych. Niewątpliwie zasługują na podziw. Wykazują się obywatelską postawą. Należy im się uznanie i szacunek. Są bohaterami, których cechuje odwaga. Reagują szybko i zdecydowanie. Wyrażają wyraźny sprzeciw społeczny dotyczący naruszania prawa. Swoim działaniem niosą pomoc innym. Są zaangażowani w to, co robią i świadomi podejmowanych przez siebie działań. Ich reakcja pozwala na zminimalizowanie potencjalnych szkód. Kreowanie wartości sygnalistów zdradza równocześnie pewne inne cechy nadawców kampanii. Wszystkie zgromadzone określenia tworzą pewne wspólne pole, którego centrum jest dobro wspólne społeczności w tym jej bezpieczeństwo. Ta dekonstrukcja tematyczna zbliża tę kampanię jednak do dyskursu policyjnego i dyskursu o bezpieczeństwie. Doskonale skupia te spostrzeżenia dokładna analiza wyrażenia wykorzystywanego jako wartościowanie *postawa obywatelska*. Michalska-Żyła zwraca uwagę, iż: „postawa obywatelska charakteryzuje się, po pierwsze, pewnym poziomem wiedzy o otaczającej rzeczywistości społecznej i politycznej, znajomości podstawowych praw i obowiązków obywatelskich, a także określonym zakresem umiejętności umożliwiających sprawne funkcjonowanie z życia publicznego. Po drugie, obejmuje aspekt etyczny obywatelskości odwołujący się do aprobaty określonych wartości i powinności wobec państwa i społeczeństwa. Wreszcie po trzecie, wiąże się z partycypacją w życiu publicznym, opartą na aktywnym zaangażowaniu społecznym i politycznym”.³⁶³ Określenie *postawa obywatelska*

³⁶³ Michalska – Żyła A. (2015): Między aktywnością a biernością. Postawy obywatelskie mieszkańców średnich miast, W: Obywatele wobec kryzysu, Misztala W., Kościański A., Chimiak G. (red.), Warszawa, s. 184-185

używane w komunikatach prasowych balansuje pomiędzy tym co afektywne, a co poznawcze. Wydaje się być jednak określeniem pojęciowo szerokim i skostniałym.

Przyjrzymy się teraz temu, jak przedstawia się wartościowani w odniesieniu do działań sprawców przestępstw i wykroczeń w komunikatach prasowych kampanii pochodzących ze wszystkich 31 jednostkach terenowych śląskiej Policji. Komentarza na wstępie wymaga przedstawione w tabeli 2. wartościowanie negatywne odnoszące się do najczęściej opisywanych w tekstach przestępstw, a wśród nich: kradzieże, włamania oraz nietrzeźwi kierujący. Wiemy, że policjanci określają jej jako pospolite, a więc te, do których często dochodzi, a także które są powszechnie znane. Dane uzyskane za pomocą narzędzia Korpusomat przedstawia poniższy wykres (wykres nr 10)



Wykres 10. Częstość występowania przestępstw pospolitych w tekstach kampanii „Nie reagujesz - akceptujesz”; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu.

Kategorią przestępstw, o której najczęściej wspomina się w mediotekstach kampanii jest kradzież, która wystąpiła 1060 razy. Na drugiej pozycji uplasowały się włamania (563). O rozbojach w analizowanych tu tekstach wspomniano 199 razy. Nie pomija się w nich także kategorii dotyczącej pobic(178) oraz bójek, o których w komunikatach prasowych pisano 155 razy. Dane ilościowe są dowodem na to, iż prowadzona przez policjantów kampania w istocie dotyczy przestępstw pospolitych. Analiza zgromadzonego materiału wykazała także, iż częstym zagadnieniem poruszonym w kontekście wymienionych tutaj kategorii, ale nie tylko, był problem nietrzeźwości. Wśród najbardziej charakterystycznego z tego pola słownictwa wartościującego negatywnie są: *promil alkoholu* (1045), *stan nietrzeźwości* (245), *nietrzeźwy kierowca* (352), *pijany kierowca* (284), *stan trzeźwości* (211), *podwójny gaz* (178). Rzeczownik *alkohol* został użyty 1866 razy, *promil* natomiast 1333 razy.

Uporządkujmy poniżej dane dotyczące określeń w odniesieniu do sprawców przestępstw i wykroczeń.

**Środki nazywające wartości w kampanii w odniesieniu do sprawców przestępstw
oraz ich działań:**

sprawca (1200), pijany/a (720), agresywny (67), brutalny (7), chuligan (56), nieodpowiedzialność (12), złodziej (509), konsekwencja (172), surowy (30), negatywny skutek (7), pijany kierowca (297), czyn bulwersujący (35), kara finansowa (35), drogowa tragedia (92), grzywna (220), wysoka grzywna (126), kara (549), ograniczone zaufanie (13), pozbawienie wolności (397), naruszenie prawa (154), utrata prawa jazdy (95), policyjny areszt (211), sądowy zakaz (52)

Tabela 4. Środki nazywające wartości w kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” (sprawcy przestępstw); badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu

Interpretacje

Drugim sposobem oddziaływanie pośrednio perswazyjnego jest interpretacja, rozumiana przez Wolińską jako: „konstruowanie kontekstu wydobywającego powiązania logiczne między różnymi wypowiedziami w celu wywołania skojarzeń emocjonalnych umożliwiających odbiorcy samodzielne ukształtowanie postawy lub akceptację apeli, ocen i twierdzeń wyrażonych przez nadawcę”.³⁶⁴ Ciekawie przedstawia się sam mechanizm interpretacyjny. Polega na takim działaniu nadawcy, w którym informacje o zdarzeniu zostają umieszczone na tle danych istotnych z jego punktu widzenia. A więc chodzi o takie fakty, które w opinii nadawcy stanowią przyczynę, warunek, a także cel zaistniałego zdarzenia. Subiektywizm zatem odciska swoje piętno w interpretowaniu rzeczywistości, przez co interpretacja daleka jest od neutralnych związków i stanowi „autorską wizję zależności między elementami rzeczywistości”.³⁶⁵ Funkcje interpretacyjne realizowane są przez na hipotaksę, spośród której wyróżnia: „zdania motywujące, warunkowe, celowe, rozwijające oraz niektóre rodzaje zdań parataktycznych – przeciwstawnych, włącznych”.³⁶⁶ Oprócz nich autorka wymienia także inne rodzaje zdań, w których może nastąpić komentowanie ocen: zdania przyzwoleniowe, indukcyjno-skutkowe. Modyfikatory z kolei stanowią komentarz do zawartości znaczeniowej tekstu, a więc mają zwracać uwagę na konieczność odniesienia treści istotnej w ocenie wartości tego tekstu. Treść ta może być wyrażona, nie wyrażona, ale hipotetyczna znana odbiorcy. Wolińska wymienia kilka istotnych zadań, jakie realizują modyfikatory m.in.:

³⁶⁴ Wolińska O. (1987): Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych, Katowice, s. 138

³⁶⁵ Tamże,

³⁶⁶ Tamże,

rozszerzają perspektywę obserwacji; dzięki nim, komunikat zyskuje perspektywę sytuacyjną; przykłady tj. także, nawet, znowu, jak zwykle, przede wszystkim wprowadzają wykładnię uogólniającą; dzięki nim, część prezentowanej treści pozostaje w presupozycji, co sprawia, że nie podlega ona falsyfikacji. Podsumowując, za Wolińską, można wywnioskować, iż każdy rodzaj wypowiedzi operuje odmiennymi środkami wyrazu. Jak pisze autorka: „wyrażenia bezpośrednio perswazyjne wprowadzają imperativus, wyrażenia modalne, czasowniki performatywne, akcentują pozycję adresata; wyrażenia pośrednio perswazyjne – bazują na emotywno-funkcjonalnej wartości znaków językowych, wykorzystują walory presupozycji”.³⁶⁷ Przedstawioną charakterystykę technik perswazyjnych zoperacjonalizuję w dalszych analizach.

W niniejszym podrozdziale, za pomocą narzędzia Korpusomat, podjęto próbę zautomatyzowanej analizy wydźwięku emocjonalnego słów użytych w tekstach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, co uczyniono w oparciu o podstawę słownika emocji NAWL. Słownik ten powstał na podstawie bazy „Nencki Affective Word List”. Sklasyfikowane są w nim słowa ze względu na kojarzące się z nimi podstawowe emocje: szczęście (happiness), złość (anger), smutek (sadness), strach (fear), wstręt (disgust) oraz słowa neutralne emocjonalnie (neutral) oraz takie, dla których wskazania były niejednoznaczne i nie umożliwiały zaklasyfikowania (unclassified). Poszczególnym klasom odpowiadają etykiety stanowiące pierwsze litery ich angielskich odpowiedników - H, A, S, F, D, N, U. Przyjrzyjmy się wynikom przeprowadzonej analizy, które zostały zamieszczone w poniższej tabeli.

Słownik emocji NAWL	Korpus
Szczęście (Happiness)	23540
Złość (Anger)	4597
Smutek (Sadness)	1781
Strach (Fear)	14059
Wstręt (Disgust)	2048
Neutralność (Neutral)	31373

Tabela 5. Analiza wydźwięku emocjonalnego słów użytych w tekstach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu

W całym korpusie najczęściej występuje neutralność. Na drugiej pozycji uplasowało się szczęście, jako emocja silnie pozytywną. Zdecydowanie mniejszą liczbę wystąpień

³⁶⁷ Tamże, s. 107

odnotowano w odniesieniu do strachu, jako emocji silnie negatywnej. Na kolejnych pozycjach uplasowały się złość, wstręt i na ostatnim miejscu smutek. Taki rozkład emocji pozwala na wyciągnięcie wniosków, iż narracja w komunikatach prasowych kampanii jest przykładem emotywniej narracji o wydźwięku neutralnym. To wyliczenie wspiera hipotezę o charakterze stosowanych w kampanii tekstów jako prasowych notatek, które gatunkowo mają właśnie za zadanie mieć taki wydźwięk.

W niniejszym podrozdziale przyjmuję perspektywę, iż policyjne komunikaty dotyczące kampanii, których twórcą i nadawcą jest oficer prasowy Policji, występujący poniekąd w roli retora, to treści popisowe – mówiące o szlachetności osób reagujących na przypadki naruszenia prawa i niegodziwości osób je „łamiących”. To także treści doradcze, gdzie oficer prasowy zaleca włączenia się do kampanii, co wpłynie korzystnie na poprawę bezpieczeństwa oraz odradza brak reakcji, który rozzuchwala osoby popełniające przestępstwa. Wreszcie są to treści będące przykładem mowy sądowej, jako wyjaśnienia zaistniałego stanu rzeczy, przy jednoczesnym nawiązaniu do jego przebiegu. Jak pisze Loewe: perswazyjność oznacza jego szczególnie zorientowanie na odbiorcę i akcentowanie jego wagi dla powstającego komunikatu językowego; to takie oddziaływanie tekstu na odbiorcę, które kształtuje jego emocje, wolę i postawy racjonalne najczęściej nie drogą bezpośredniego apelu, ale w sposób pośredni, za pomocą argumentów, ocen, sugestii i interpretacji”.³⁶⁸

W prowadzonych analizach zwróciłam uwagę na leksem *wszyscy*, który w materiale badawczym wystąpił 107 razy, użyty w różnym kontekście: „za bezpieczeństwo w ruchu drogowym odpowiadamy wszyscy”; *W kampanię zaangażowani zostaną wszyscy policjanci garnizonu śląskiego; Zatrzymani to dwaj mężczyźni w wieku 28 lat oraz 16 – letnia dziewczyna – wszyscy są mieszkańcami Zabrza*. Mamy tutaj do czynienia z wielkim kwantyfikatorem. *Wszyscy* zamyka jednym leksemem całą wspólnotę w jedność, nie ma nikogo poza nią.

Dominującą rolę w komunikatach prasowych kampanii odgrywa wspomniana już przeze mnie przy okazji apelów forma *my*, czyli liczba mnoga zaimków *ja* i *ty*, gdzie *ja* jest elementem stałym. Według Lyonsa: „*my* to *ja* plus jeden lub więcej osób, przy czym te inne osoby bądź obejmują słuchającego (*my* inkluzywne), bądź też go nie obejmują (*my* ekskluzywne); analogicznie rozróżnia on *wy* inkluzywne, obejmujące jedynie słuchaczy, oraz

³⁶⁸ Loewe I.(2012): Gatunki perswazyjne w komunikacji społecznej. "Roczniki Humanistyczne" T. 60, z. 6 s. 169

wy ekskluzywne, obejmujące oprócz słuchacza (y) także inne osoby”.³⁶⁹ Z kolei Szober formę *my* ujął w wielostronną formułę pisząc, iż: „Wyraz *my* wskazuje łącznie na osobę pierwszą i drugą, lub na osobę pierwszą i osoby znajdujące się poza rozmową: *m y* = *ja* + *ty*, *ja* + *on*, *ja* + *wy* lub *ja* + *oni*. Wyraz *wy* może wskazywać na kilka osób drugich lub łącznie na osobę drugą i osoby znajdujące się poza rozmową: *wy* = *t y* + *ty* + *ty* + ... lub *ty* + *o n* albo *ty* + *o n i*”.³⁷⁰ Jak pisze Lalewicz, *my* jest to „zbiorowość złożona z «pierwszej osoby» (JA) i «osób trzecich» (ONI), określonych przez odniesienie do tej osoby – jako «ci, do których JA należę»”.³⁷¹ *My* rozumiane w taki sposób w tekstach kampanii reprezentuje autora tekstu, a więc oficera prasowego Policji jako komunikatora zewnętrznego tejże instytucji. Takie podejście pozwala na powołanie się na autorytet większej grupy osób. Nadawca nie wydaje się osamotniony w swoich sądach, opiniach, spostrzeżeniach czy apelach. Uobecniania nadawcy w tekstach kampanii w formie *my*, gdzie ten zaimek jest znakiem polisemicznym, dostrzegalne jest w wariantach znaczeniowych. Oto kilka przykładów *my* ekskuzowanego:

*Dzięki szybkiej reakcji mieszkańców (my) możemy efektywnie walczyć z nieodpowiedzialnymi kierowcami i dążyć do poprawy bezpieczeństwa w ruchu drogowym w naszym powiecie.*³⁷²

*(my)Przypominamy, że każdy może przyczynić się do ograniczenia liczby przestępstw.*³⁷³

*(my)Przypominamy, że trwa kampania społeczna "Nie reagujesz – akceptujesz!".*³⁷⁴

Mamy tutaj do czynienia z uobecnieniem gramatycznym i retorycznym nadawcy jako reprezentanta instytucji, nadawcą instytucjonalnym, ale także przedstawicielem instytucji zapewniającej bezpieczeństwo oraz koordynującej akcję. Oto jeszcze jeden ciekawy przykład ekskluzywnej formy *my*:

Nietrzeźwi kierowcy to bardzo duży problem na polskich drogach. Każdy kto wsiada do samochodu z przekrozoną normą alkoholu w wydychanym powietrzu lub we krwi stanowi ogromne zagrożenie na drodze. Tym wszystkim, do których nie dotarły apele i ostrzeżenia (my) przypominamy o konsekwencjach z jakimi muszą liczyć się nietrzeźwi kierowcy (...). Jeśli podczas kontroli policyjnej urządzenie do badania zawartości alkoholu w wydychanym powietrzu wykaże od 0,10 do 0,25 mg w jednym dm³ lub stężenie alkoholu we krwi wyniesie od 0,2 do 0,5 promila, wówczas podlegamy art. 87 kodeksu wykroczeń, czyli odpowiadamy za prowadzenie pojazdu

³⁶⁹ Lyons J. (1975): Wstęp do językoznawstwa. Przeł. Bogacki K. Warszawa, s. 207.

³⁷⁰ Por. Milewski T. (1965): Językoznawstwo. Warszawa, s. 106

³⁷¹ Lalewicz J. (1983): Retoryka kategorii osobowych. W: Tekst i zdanie. Zbiór studiów, Dobrzyńska T., Janusz E. (red) Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław, s. 268

³⁷² <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/64201,Nie-reagujesz-akceptujesz.html> dostęp 05.05.2023

³⁷³ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/197096,Wlamywacz-zatrzymany-na-goracym-uczynku.html> dostęp 05.05.2023

³⁷⁴ <https://lubliniec.policja.gov.pl/k13/informacje/wiadomosci/344359,Kolejny-nietrzezwy-kierujacy-zatrzymany-dzieki-zdecydowanej-reakcji-swiadka.html> dostęp 07.05.2023

w stanie po użyciu alkoholu. W takim przypadku jeśli ponowne badanie alkomatem nie wykaże wzrostu stężenia alkoholu podlegamy karze aresztu lub grzywny. Jeśli podczas kontroli urządzenie do badania stanu trzeźwości wykaże stężenie alkoholu w wydychanym powietrzu większe niż 0,25 mg/dm³ lub powyżej 0,5 promila, popełniamy wówczas przestępstwo i podlegamy już pod kodeks karny, a dokładnie art. 178a kk, za co grożą o wiele większe konsekwencje (...)za jazdę w stanie nietrzeźwości oraz za spowodowanie wypadku w stanie nietrzeźwości sąd może ukarać kierowcę zakazem prowadzenia pojazdów na okres 15 lat, minimalny okres na jaki zakaz będzie orzekany to 3 lata.³⁷⁵

W analizowanym przykładzie dominuje konkretna leksyka, słownictwo tematyczne, wsparte fachową terminologią. Nadawcy, który jest znawcą tematów policyjnych, nie ujdzie uwadze najmniejszy szczegół. W ten sposób uobecnia się także jako ekspert. Znajomość zagadnień uprawnia go do wskazywania uchybień i błędów oraz sugerowanie ich poprawy: *Nietrzeźwi kierowcy to bardzo duży problem na polskich drogach (...)Tym wszystkim, do których nie dotarły apele i ostrzeżenia przypominamy o konsekwencjach z jakimi muszą liczyć się nietrzeźwi kierowcy*". Autor w omawianym przykładzie nawiązuje do przepisów prawa, mowa o kodeksie karnym i kodeksie wykroczeń: *art. 87 kodeksu wykroczeń*", *art. 178a kk*, a więc można to przyrównać do metaforycznego wplatania w tworzony tekst myśli zaczerpniętych z innych „dzieł”. Przedstawione tutaj odnośniki do kodeksu karnego, czy też kodeksu wykroczeń, to przykład metatekstu, którego zastosowanie w tekście nadają kolejną rolę, jaką przyjmuje nadawca, a mianowicie wyłania się on jako kreator relacji pomiędzy różnymi aktami prawnymi. Oficer konfrontuje zaistniałe zdarzenie z obowiązującymi przepisami prawnymi, tworząc w ten sposób dopełniający się nawzajem zestaw. W ten sposób w tekstach kampanii wyłania się poniekąd zjawisko intertekstualności, gdzie policjant w swojej twórczości jest otwarty na „lekturę” innych autorów.³⁷⁶ Jak pisze Kapuściński: „Jeżeli chce się swoim tekstom nadać walor kubistyczny, trzeba rozszerzać swój punkt widzenia o dodatkowe światła i perspektywy. Dlatego używam dużo cytatów. Chodzi mi bowiem o to, aby zabrzmiały także inne głosy, aby zostały wypowiedziane inne sądy i opinie”.³⁷⁷ Oczywiście w omawianym przykładzie nie mamy do czynienia z nasyceniem treści „cudzym słowem”, ale jest to niewątpliwie próba poszerzenia perspektywy w komunikacji, nadania mu nowego znaczenia, zmiany jego dotychczasowej budowy, charakterystycznej dla depešy.

³⁷⁵ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/242524,Nietrzezwi-kierowcy-zatrzymani-dzieki-reakcji-swiadkow.html> dostęp 05.05.2023

³⁷⁶ Pełniąc funkcję oficera prasowego siemianowickiej policji, często sięgałam do innych źródeł tworząc komunikaty prasowe, nie mając jeszcze wówczas wiedzy, iż w ten sposób tworzyłam intertekstualne treści: <https://siemianowice-slaskie.policja.gov.pl/k23/informacje/wiadomosci/58098,Nie-zostawiaj-dziecka-w-aucie-podczas-upalu-film.html?search=1484395> dostęp 10.12.2022

³⁷⁷ Kapuściński R.(1995): *Lapidarium II*, Warszawa, s. 29

Kolejnym parametrem, który zostanie poddany analizie w oparciu o korpus tekstów kampanii, będą elementy impresywne języka. Chodzi więc o takie wyrażenia językowe, które oddziałują na postawę odbiorcy. Funkcja impresywna widoczna jest również wtedy, gdy komunikat nadawcy powoduje zmianę w zachowaniu się odbiorcy. Pisarek stwierdza: „Z retorycznego punktu widzenia główną funkcją mowy i każdej (czy niemal każdej wypowiedzi) jest funkcja perswazyjna, bądź utożsamiana z funkcją impresywną, bądź traktowana jako nadrzędna wobec pozostałych sześciu, służebnych wobec niej, funkcji podstawowych. Sam zaś język okazuje się przede wszystkim urządzeniem do przekonywania (...) przekonywaniu mogą służyć i służą wypowiedzi o dominującej funkcji impresywnej”.³⁷⁸ Z kolei Barańczak wskazuje, iż funkcja perswazyjna języka jest szczególną odmianą funkcji impresywnej (konatywnej). Jej celem jest wpływanie na sposób myślenia lub postępowania odbiorcy „jednakże nie drogą bezpośredniego rozkazu, lecz metodą utajoną i pośrednią, tak iż w wypowiedzi dominuje z pozoru inna niż konatywna funkcja językowa (np. funkcja estetyczna, emotywna, poznawcza)”.³⁷⁹

W celu zidentyfikowania elementów impresywnych w tekstach kampanii, przyjmuję perspektywę, w której zgodnie ze słowami Polańskiego, funkcję tę w sposób „najbardziej wyrazisty pełnią zdania rozkazujące, ale w zasadzie każde wyrażenie językowe jakoś wpływa na odbiorcę: na jego sądy, przekonania, wolę itp.”.³⁸⁰ Analiza zostanie przeprowadzona w oparciu o komunikat prasowy, który pojawił się na większości stron internetowych jednostek terenowych Śląskiej Policji w tym samym dniu, w którym rozpoczęła się kampania „Nie reagujesz – akceptujesz”, a więc 21 września 2011 roku. Przedstawiony poniżej mediotekst postrzegam jako jeden z pierwszych opisów akcji wprowadzony do powszechnego obiegu, a z drugiej jako zaproszenie mieszkańców do dialogu. Został zatytułowany „Nie reagujesz – akceptujesz!”

Tytuł: *Nie reagujesz – akceptujesz!*

Lid: *Ruszyła nowa śląska kampania społeczna pod hasłem "Nie reagujesz – akceptujesz!". Poprzez kampanię chcemy uwrażliwić mieszkańców naszego województwa na przypadki łamania prawa.*

Rozwinięcie: *Startująca właśnie kampania ma na celu ograniczenie liczby przestępstw, przede wszystkim poprzez zwiększenie świadomości obywatelskiej oraz wzmocnienie reakcji mieszkańców na przypadki naruszenia prawa. Chcemy uwrażliwić mieszkańców na przypadki łamania prawa, określane jako przestępstwa szczególnie uciążliwe*

³⁷⁸ Pisarek W.(2002):Nowa retoryka dziennikarska. Krakow: Universitas, s.17

³⁷⁹ Barańczak, S. (1975): Słowo, perswazja, kultura masowa. „Twórczość”, nr 7, s. 49

³⁸⁰ Polański K. (1992): Hasła „funkcje mowy”, „język” W: Encyklopedia języka polskiego, Ossolineum, Wrocław-Warszawa-Kraków, Urbańczyk S. (red.), s. 91

społecznie. Przede wszystkim kładziemy nacisk na kradzieże, włamania, kradzieże samochodów, bójkę i pobicia oraz przestępstwa rozbójnicze. Dla sprawców brak reakcji otoczenia na ich niezgodne z prawem zachowanie jest odbierane jako akceptacja społeczna. Sprawca ma poczucie przyzwolenia ze strony otoczenia dla swoich poczynań, co niejednokrotnie utrudnia pracę organów wymiaru sprawiedliwości. Istotnym kierunkiem budowania systemu bezpieczeństwa jest więc dawanie wyraźnego sygnału przez mieszkańców potencjalnym sprawcom, że ich negatywne zachowania nie pozostaną bez ich reakcji.³⁸¹

Za pomocą narzędzia Korpusomat, przeprowadzono próbę zautomatyzowanej analizy wydźwięku emocjonalnego użytych w przedstawionym przykładzie słów. Spośród sześciu badanych emocji najczęściej występuje tutaj neutralność. Wyniki badania zaprezentowałam w poniższej tabeli.

Słownik emocji NAWL	Mediotekst „Nie reagujesz – akceptujesz!”
Szczęście (Happiness)	4
Złość (Anger)	5
Smutek (Sadness)	2
Strach (Fear)	6
Wstręt (Disgust)	0
Neutralność (Neutral)	12

Tabela 6. Wydźwięk emocjonalny komunikatu prasowego „Nie reagujesz – akceptujesz!” badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu

Na podstawie przeprowadzonej analizy, z powodzeniem można stwierdzić, iż teksty kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz”, będące formą komunikacji społecznej, wyczerpują znamiona aktu retorycznego. Repertuar wyrazistych środków językowej perswazji wykorzystanych w badanych tekstach niewątpliwie jest imponujący. Treści kampanii jawią się jako współczesne teksty perswazyjne, w których istotną rolę odgrywa oficer prasowy, jako ich twórca reprezentujący nie tylko siebie, ale przede wszystkim instytucję. A samo tworzenie komunikatów kampanii jest wynikiem strategii przyjętej przez Policję. To jaskrawa egzemplifikacja praktyk dyskursywnych ilustracji dyskursu policyjnego, ale także medialnego z użyciem neutralnych w wydźwięku najczęściej notatek prasowych. Oficer prasowy nie tylko

³⁸¹ <https://piekary-slaskie.policja.gov.pl/k18/informacje/wiadomosci/48795.Nie-reagujesz-akceptujesz.html>
dostęp 11.05.2023

referuje zaistniałe wydarzenia, ale perswaduje, utwierdzając odbiorcę w przekonaniu, iż zdecydowany i szybki odzew społeczeństwa zwiększa szansę zatrzymania sprawcy w trakcie lub bezpośrednio po popełnieniu czynu.

Na zakończenie tego rozdziału warto zwrócić uwagę na najczęściej występujące w tekstach kampanii słowa kluczowe, które prezentuje poniższa chmura, wygenerowana przez narzędzie Korpusomat:



Ilustracja 1. Chmura tagów - słowa kluczowe występujące w kampanii, opracowanie własne przy użyciu Korpusomatu

7.2. Gatunki etykietalne

Dotychczas w przedstawionych przeze mnie analizach zwróciłam uwagę na aspekt pragmatyczny i stylistyczny gatunków prasowych zidentyfikowanych w kampanii. W tym podrozdziale przyjrę się bliżej gatunkom etykietalnym, koncentrując uwagę przede wszystkim na zidentyfikowaniu ról semantycznych nadawców komunikatów prasowych akcji oraz nazw ich określających. Uwagę kieruję zatem w stronę językowych sposobów uobecniania się nadawcy w tekstach tej kampanii. W ślad za Bartmińskim przyjmuję, iż „nadawca tekstów kampanii jest ich autorem, czyli rzeczywistym twórcą treści, które nie tylko tworzy, ale ponosi za nie odpowiedzialność, wchodząc w interakcję z odbiorcą”.³⁸² Podmiotem tym jest więc oficer prasowy Policji, który występuje w roli nadawcy instytucjonalnego. Bywa, że z racji pełnionej funkcji, sam uczestniczy w opisywanym przez siebie zdarzeniu, występując w roli naocznego świadka, nadal policjanta, któremu przypisane są określone zadania służbowe. Policjant ten, w ramach swojej działalności prasowo-informacyjnej, redaguje,

³⁸² Por. Bartmiński J.(2008): Polifoniczność tekstu czy podmiotu? Podmiot w dialogu z samym sobą W: Podmiot w języku i kulturze, Bartmiński J., Pajdzińska A. (red.), s. 167

a następnie publikuje treści, które nawiązują do przedmiotowego przedsięwzięcia. Policjant występuje więc w podwójnej roli. To z jednej strony daje mu przewagę wiarygodności, potwierdza jego znawstwo. Oficer prasowy jest komunikatorem zewnętrznym Policji, a więc swoje działania prasowo – informacyjne realizuje dla tej instytucji, w jej imieniu i przy jej pomocy. Nie można w tym miejscu zapomnieć o roli Policji, jako instytucji sprawującej społeczną kontrolę, także tej związanej z szeroko rozumianym komunikowaniem społecznym.

W analizie przyjmuję perspektywę iż, określony sposób uobecniania nadawcy w tekstach kampanii, narzuca opisana już wcześniej ich konwencja gatunkowa, a więc komunikaty prasowe. Należy pamiętać, iż korpus składa się z tekstów należących do 31 jednostek terenowych śląskiej Policji, tak więc twórcami komunikatów jest co najmniej 31 policjantów.

7.2.1. Role nadawcy: pochlebca

W poszukiwaniu sposób uobecnienia się nadawcy w tekstach kampanii oraz w celu identyfikacji semantycznych ról, które przyjmuje, warto zwrócić uwagę na akty grzecznościowe. Zastosowanie w nich *my* ekskluzywnego w celu wyeksponowania nadawcy jako pochlebcy, jest dostrzegalne w użyciu czasownika *dziękujemy* oraz *gratulujemy*. Analiza ilościowa korpusu wykazała 285 mediotekstów, w których policjanci dziękowali mieszkańcom za reagowanie na przypadki łamania prawa i powiadamianie o ich zaistnieniu. Marcjanik zwraca uwagę, iż podziękowania są najliczniejszymi zwrotami grzecznościowymi w języku polskim. Zastosowanie aktu wdzięczności wynika z kontekstu, w przypadku którego polski *savoir-vivre* zaleca reagować właśnie podziękowaniem. Formuły dziękczynne mogą także stanowić m.in. dowartościowanie adresata, akty mówiące o pozytywnych doznaniach nadawcy podziękowania, akty mówiące o miłym zaskoczeniu.³⁸³ Użycie czasownika *dziękować* w określony sposób nadaje tekstom kampanii mocy sprawczej, czyli w realny sposób kształtuje sytuację społeczną. Warto zwrócić uwagę, iż pojawił się w korpusie 344 razy. Podobną rolę w tekstach akcji odgrywa czasownik *gratulować*, który został użyty 97 razy. Oto kilka przykładów, w których policjanci dziękują m.in.: zgłaszającym, świadkom, mediom, internautom, a także kierują wyraz wdzięczności do konkretnych osób. Akt wdzięczności widoczne są także w podziękowaniach skierowanych do jednostek (mieszkańców), jak i do całych grup (mieszkańcy):

³⁸³ Marcjanik, M. (1997): Polska grzeczność językowa. Kielce: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. J. Kochanowskiego., s. 192

Dziękujemy zgłaszającemu za czujność i szybką reakcję.³⁸⁴

Dziękujemy świadkom za przekazanie informacji. Państwa przypuszczenia okazały się słuszne i dzięki Waszej reakcji policjanci z Komisariatu Policji w Czerwionce-Leszczynach zatrzymali nietrzeźwego kierującego, który mógł doprowadzić do tragedii na drodze.³⁸⁵

Dziękujemy zgłaszającemu za zdecydowaną reakcję, która przyczyniła się do zatrzymania pijanej kierującej.³⁸⁶

Serdecznie dziękujemy mediom za współpracę i pomoc w rozpowszechnieniu informacji. Dzięki komunikatom, które ukazały się w mediach, policjanci otrzymali informacje, które pomogły ustalić tożsamość sprawców.

Dziękujemy również wszystkim internautom, którzy chętnie dzielili się z policjantami swoimi podejrzeniami.³⁸⁷

Panu, który zareagował i powiadomił dyżurnego pszczyńskiej jednostki policji, dziękujemy za poświęcenie i gratulujemy.³⁸⁸

Panu Andrzejowi, który postanowił zareagować serdecznie dziękujemy.³⁸⁹

Dziękujemy mieszkańcowi Chorzowa, który wykazał się obywatelską postawą i czujnością.³⁹⁰

Mieszkańcom Rudy Śląskiej, którzy przyczynili się do zatrzymania sprawców tego przestępstwa, dziękujemy za wzorową obywatelską postawę która świetnie wpisuje się do naszej akcji „Nie reagujesz – akceptujesz”.³⁹¹

Osobie, która powiadomiła policjantów o swoich podejrzeniach, serdecznie gratulujemy obywatelskiej postawy.³⁹²

Zgłaszającemu, który zareagował na zagrożenie, serdecznie gratulujemy obywatelskiej postawy.³⁹³

Gratulujemy zaangażowania, profesjonalizmu w działaniu, a w szczególności godnej podziwu odwagi, która powinna stanowić wzór dla wszystkich.³⁹⁴

³⁸⁴<https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/224682,Reakcja-mieszkanca-pomogla-schwytac-sprawce.html> dostęp 05.05.2023

³⁸⁵<https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/343361,Jechal-cala-szerokoscia-drogi-Swiadek-zaalarmowal-Policje.html> dostęp 05.05.2023

³⁸⁶ <https://piekary-slaskie.policja.gov.pl/k18/informacje/wiadomosci/317259,5-nietrzezwych-kierujacych-zatrzymanych-w-ciagu-ostatniego-tygodnia.html> dostęp 05.05.2023

³⁸⁷ <https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/276209,Sprawcy-kradziezy-w-rekach-policjantow.htm> dostęp 05.05.2023

³⁸⁸ <https://pszczyzna.policja.gov.pl/k19/informacje/aktualnosci/263814,Uderzyl-w-znak-bo-byl-pijany.html> dostęp 05.05.2023

³⁸⁹ <https://zabrze.policja.gov.pl/k29/informacje/wiadomosci/70331,Zareagowal-pomogl-policji-i-mieszkancom.html> dostęp 05.05.2023

³⁹⁰ <https://chorzow.policja.gov.pl/ka5/informacje/wiadomosci/111239,Pomogl-zatrzymac-pijanego-motorowrzyste.html> dostęp 05.05.2023

³⁹¹ <https://ruda-slaska.policja.gov.pl/k21/informacje/wiadomosci/119727,Zatrzymanie-sprawcow-rozboju.html> dostęp 05.05.2023

³⁹² <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/319903,Reakcja-swiadka-pozwolila-na-zatrzymanie-pijanego-kierowcy.html> dostęp 04.05.2023

³⁹³ <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/307782,Pijany-kierowca-namierzony-przez-swiadka.html> dostęp 04.05.2023

³⁹⁴ <https://pszczyzna.policja.gov.pl/k19/informacje/aktualnosci/214823,Nie-spuscili-ich-z-oka-do-czasu-pryjazdu-patrolu.html> dostęp 04.05.2023 pisownia oryginalna

Anonimowemu świadkowi dziękujemy i gratulujemy działania w myśl kampanii "Nie reagujesz akceptujesz".³⁹⁵

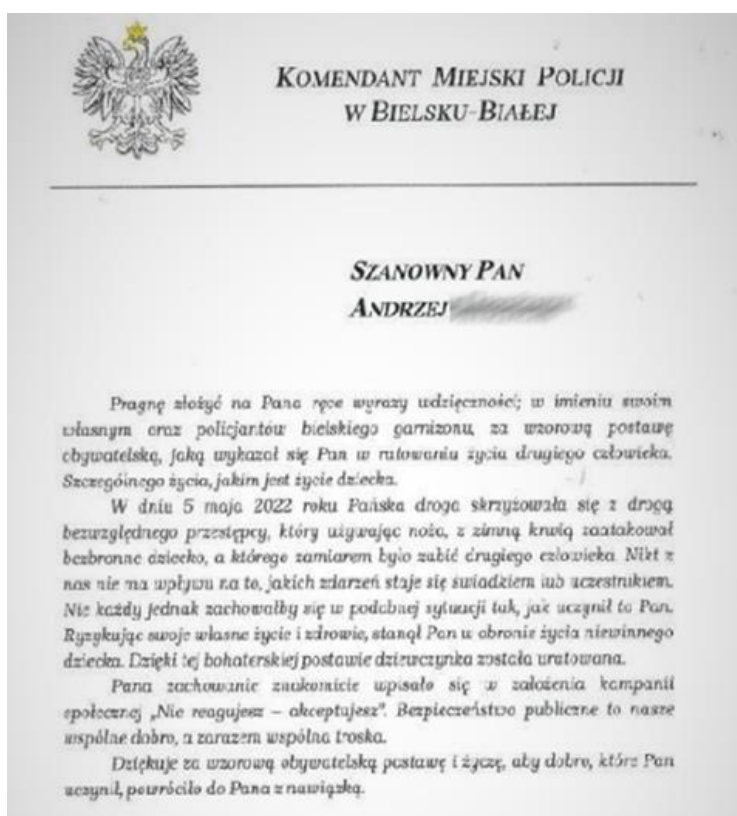
Podane przykłady są wypowiedziami sprawczymi, utworzonymi przez czasowniki użyte aktualnie w osobie pierwszej liczby mnogiej, w czasie teraźniejszym, we właściwych okolicznościach. Wymierny wpływ tych wypowiedzi oraz ich szczególna moc wynika z tego, iż tworzą one sytuację, w której oficer prasowy, jako twórca tych wypowiedzi, bierze odpowiedzialność za to, co za sprawą tych wypowiedzi się staje. Występuje w roli pochlebcy, który w imieniu swoim ale i instytucji, dziękuje i gratuluje mieszkańcom ich obywatelskich postaw i działania w myśl kampanii. To przykłady wypowiedzi sprawczych, utworzonych przez czasowniki użyte aktualnie w osobie pierwszej liczby mnogiej, w czasie teraźniejszym, we właściwych okolicznościach. My występuje tutaj w formie ekskluzywnej, hierarchizuje relacje między nadawcą a odbiorcą. My – to twórcy kampanii, którzy kierują swoją wypowiedź do zbiorowości zbudowanej z jednostek (Pan Andrzej, anonimowy świadek, wszyscy internauci, osoba, zgłaszający). My występuje tutaj na pozycji nadrzędnej, dlatego może ono gratulować. W drugą stronę to nie działa. Jednostka występująca z pozycji podrzędnej mogłaby wyrazić podziw, czyli pochlebstwo (gatunek zwierciadlany dla gratulacji). My – też dziękuje – stosuje symetryczny akt grzecznościowy. Sytuacja obu stron, nadawcy i odbiorcy, jest pozytywnie określona. Obie strony zyskują dobrą pozycję mentalną; gratulowanie i dziękowanie nobilituje też okoliczność, a zatem można powiedzieć, że te akty mogą być wzorcotwórcze: `jeśli zrobisz tak, jak opisano, też będziesz podmiotem podziękowań i gratulacji`.

Wymierny wpływ tych wypowiedzi oraz ich szczególna moc wynika z tego, iż tworzą one sytuację, w której oficer prasowy, jako twórca tych wypowiedzi, bierze odpowiedzialność za to, co za sprawą tych wypowiedzi się staje. Ktoś odbiera podziękowania (media, wszyscy internauci, mieszkańiec Chorzowa,) bądź gratulacje (osoba, zgłaszający, anonimowy świadek). Nie jest więc to tylko informacja o czymś, ale jest to działanie. Przedstawione powyżej przykłady są wypowiedziami sprawczymi, bo nie podlegają zakwestionowaniu. Kiedy występują w tekście gratuluję i dziękuję, stwarza się rzeczywistość kulturowo pożądaną. Nie istnieje potrzeba weryfikacji tych informacji czy też ich oceny z punktu widzenia prawdy czy fałszu. Nie podlegają one więc asercji. Ustanawiają zdarzenia, a nie tylko mówią o nich. Przedstawione powyżej teksty zostały skonstruowane w taki sposób, aby odbiorca został doceniony. Jest więc to ilustracja koncepcji sprzężenia zwrotnego w systemie społecznym

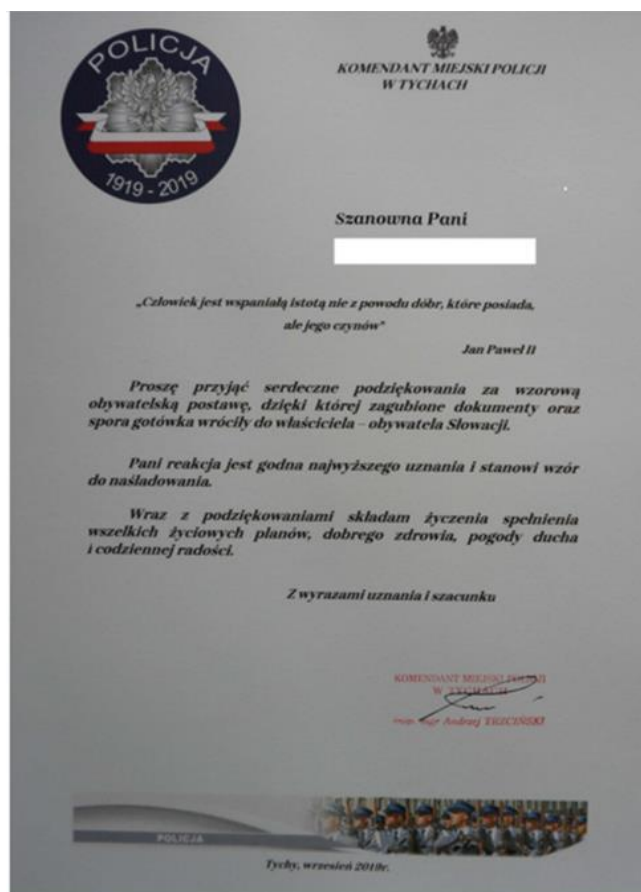
³⁹⁵ <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/245471.Swiadek-zareagowal-a-dzielnicowi-zatrzymali-pijanego-kierowce.html> dostęp 04.05.2023

zapropionowaną przez Malvina De Fleura. Feedback postrzega się tutaj także jako informację niewyrażoną wprost słowami, ale czynem mieszkańca. To informacja dla Policji od członków wspólnoty, stanowiącej docelową grupę kampanii z jedną z możliwych implikacji `czytamy wasze teksty, reagujemy, nie akceptujemy`.

Podczas analizy korpusu zidentyfikowano cztery egzemplifikacje bardzo wyrazistego gatunku etykietalnego, którym jest list gratulacyjny. Zdarzyło się to oficerom w: KMP Bielsko – Biała, KMP Pszczyna, KMP Tychy oraz KPP Racibórz. Przyjrzymy się dwóm z nich (Fot.1,2).



Fot. 1. Listy gratulacyjne od lewej: KMP Bielsko – Biała



Fot. 2. List gratulacyjny KMP Tychy

7.2.2. Role nadawcy: ekspert

Analizując korpus zidentyfikowałam uobecnianie się nadawcy jako eksperta. Zauważalne to było w formułach inicjacyjnych tekstach, które wyjaśniały techniczne aspekty kampanii:

Tarnogórska policja przystąpiła do kampanii "Nie reagujesz - akceptujesz" (...)Celem kampanii jest wyjście naprzeciw ofiarom i świadkom przestępstw poprzez uświadomienie, że każda bierność w takich sytuacjach, jak choćby nie powiadamianie organów ścigania, skutkuje w dalszej mierze wyrażeniem społecznej akceptacji na występki i zbrodnie, które w rzeczywistości niszczą realnie poczucie bezpieczeństwa. Aby temu zapobiec policjanci z Komendy Powiatowej Policji w Tarnowskich Górach będą w kontaktach ze społeczeństwem rozdawać materiały informujące jak zgłaszać zdarzenie, co trzeba podkreślić i o jakie dane będzie pytał przyjmujący zgłoszenie funkcjonariusz. Ponadto Specjalista ds. Kontaktów Społecznych i Profilaktyki nadkom. Sebastian Korecki będzie przeprowadzał szereg pogadanek w szkołach, spotkań z rodzicami oraz szkoleń z radami pedagogicznymi szkół, ośrodków młodzieżowych a nawet przedszkoli, aby przedstawić korzyści płynące z właściwej reakcji na przestępstwo oraz wyjaśnić procedury związane z zawiadomieniem o przestępstwie celem zachęcenia do

nawiązywania kontaktów z policją, prokuraturą oraz sądem rodzinnym. Zainteresowanych spotkaniem w tym temacie prosimy o kontakt telefoniczny pod nr 32 393-52-63 lub osobiście w siedzibie Komendy.³⁹⁶

Powyższy przykład jest formą prezentującą kontekst kampanii, a także autoprezentacją policjanta. Oficer prasowy, jako twórca i nadawca tego tekstu, występuje w roli eksperta, który ma doskonale rozeznanie w omawianej tematyce. Analizowany tekst pokazuje także czym aktualnie żyje ta jednostka i jak istotne jest dla niej to wydarzenie. Jest to próba podtrzymania kontaktu z odbiorcami, potencjalnymi ofiarami bądź świadkami przestępstw, którym policja wychodzi naprzeciw, podkreślając iż: *Celem kampanii jest wyjście naprzeciw ofiarom i świadkom przestępstw poprzez uświadomienie, że każda bierność w takich sytuacjach, jak choćby nie powiadamianie organów ścigania, skutkuje w dalszej mierze wyrażeniem społecznej akceptacji na występki i zbrodnie, które w rzeczywistości niszczą realnie poczucie bezpieczeństwa.*

7.2.3. Nazwy określające nadawcę

Analiza ilościowa nazw własnych zastosowanych w tekstach kampanii wykazała szereg rzeczowników własnych, które denotują, odsyłając do konkretnego referenta, którym jest *policja*, a ta w przekazach pojawia się 51 razy. Rzeczownikiem, który najczęściej został użyty w mediotekstach, bo 3902 razy, jest *policjant*. Na drugiej pozycji uplasował się dyżurny (598) i kolejno: funkcjonariusz(489), komendant (339), mundurowi (303), dzielnicowy (189), wywiadowca (73), śledczy(57) oraz kryminalni (21). To jaskrawy przykład, gdzie nazwie własnej *policja* odpowiada cała wiązka deskrypcji. Mamy więc tutaj nawiązanie do dyżurnego, a więc do policjanta, który z punktu widzenia prowadzonej kampanii, odgrywa bardzo ważną rolę, bo jest tym, który zapewni mieszkańcom możliwości sygnalizowania lub zgłaszania zdarzeń, sytuacji zagrażających bezpieczeństwu czy porządkowi publicznemu. To ten policjant, który umożliwi natychmiastową reakcję Policji na sygnały i zgłoszenia mieszkańców. Nie brakuje także przykładów, w których użyto nazwę *komendant* – policjant będący przełożonym policjantów oraz koordynujący funkcjonowanie danej jednostki Policji w Polsce. W tekstach pisze się także o dzielnicowym, czyli policjancie pierwszego kontaktu, o którym piszą Stawnicka i Klonowska podkreślając, iż: „swoją służbę pełni on w terenie, wśród mieszkańców, znając na bieżąco ich problemy, sytuację ekonomiczną, społeczną, edukacyjną ich dzieci(...)”.³⁹⁷ Oficerowie prasowi nawiązują także do wywiadowców. To

³⁹⁶<https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/aktualne-wydarzenia-w-k/65036,quotNie-reagujesz-akceptujesquot.html> dostęp 15.05.2023

³⁹⁷ Stawnicka J., Klonowska I.(2021): Działania wychowawczo-edukacyjne policjantów pierwszego kontaktu – dzielnicowych przez pryzmat wyników badań ogólnopolskich 2019–2020, W: Resocjalizacja polska 21, s. 228

kolejna grupa policjantów prowadzących m.in. działania obserwacyjno – rozpoznawcze. W tekstach kampanii nawiązuje się także do śledczych. Chodzi tutaj o tę grupę policjantów, która prowadzi dochodzenia lub śledztwa, które mają na celu zgromadzenie materiału dowodowego przed przekazaniem go do prokuratury, a w finale do sądu. Co się zaś tyczy kryminalnych, to w tym przypadku mówimy o policjant wykonujących czynności operacyjno-rozpoznawczych, dotyczące zwalczania przestępstw kryminalnych m.in.: zabójstw, rozbojów, kradzieży z włamaniem i kradzieży, przestępstw przeciwko mieniu, kradzieży pojazdów. Wszyscy wymienieni tutaj funkcjonariusze działają przede wszystkim w interesie publicznym. Co do nazwy policjanci, funkcjonariusze oraz mundurowi, to w tekstach kampanii używane są naprzemiennie jako synonimy. Jeśli chodzi o mundurowych, to w tym przypadku mamy do czynienia z policjantami wydziałów prewencji m.in.: ogniwa patrolowo – interwencyjne, dyżurni, dzielnicowi. Zidentyfikowane w tekstach onimy odzwierciedlają rzeczywistość. Aby je zrozumieć nie potrzeba przywoływania faktów pozajęzykowych. Ich znajomość wynika z ogólnej wiedzy społecznej. Odbiór tych nazw nie wymaga od odbiorcy wysiłku intelektualnego. W celu ich zrozumienia nie ma potrzeby przywoływania wiedzy o świecie, nie ma w nich ukrytych założeń ideologicznych.

Warto zwrócić uwagę, iż analiza korpusu wykazała, że w komunikatach akcji nie zabrakło także antroponomów. Za Skowronek, rozumiem je jako: „artefakty, których pojawienie się jest znakiem jakiejś społeczno-kulturowej przyczyny bezpośrednio je wywołującej”.³⁹⁸ Na uwagę zasługuje w tym miejscu pojawiające się w tekstach 205 razy określenie *stróż prawa*, używane przez oficerów prasowych synonimicznie ze słowem *policjant* i *funkcjonariusz*. WSJP przedstawia klasyfikację tematyczną tego wyrażenia w następujący sposób: człowiek w społeczeństwie → prawo i łamanie prawa → policja i inne służby mundurowe.³⁹⁹ W tym samym miejscu znajdujemy także definicję *stróża prawa*, a mianowicie policjant. W tekstach kampanii dostrzegalne jednak jest w tym zwrocie coś więcej. To przykład użycia metafory, w której nadawca ukazuje policjanta jako tego, który został przydzielony mieszkańcom do obrony prawa. Zostaje więc ukazany jako ten, który ma służyć i chronić. To szczególny opiekun człowieka i przypisanych mu praw. Mam w tym przypadku także do czynienia ze słownictwem wartościującym policjantów.

³⁹⁸ Skowronek, K. (2016). Nazwy własne jako symptomy kultury (na przykładzie tytułów poradników autoterapeutycznych [Proper names as symptoms of culture (based on the example of auto-therapeutic guidebooks titles)] W: *Onomastica*, 60, s. 52 <https://dx.doi.org/10.17651/ONOMAST.60>

³⁹⁹ <https://wsjp.pl/haslo/podglad/18406/stroz-prawa> hasło : stróż prawa dostęp 08.05.2023

Pozostając jeszcze dosłownie na moment przy nazwach własnych, to na uwagę zasługuje obserwacja poczyniona podczas analizy. Mianowicie w większości jednostek terenowych oficerowie prasowi stosują znaki językowe umożliwiające identyfikację podmiotów jednostkowych Policji, a tym samym odróżnianie jednych od drugich. Przyjrzyjmy się kilku przykładom i częstotliwości ich występowania tekstach kampanii: tyscy policjanci (52), raciborscy policjanci(42), zawierciańscy policjanci (34), rybniccy policjanci (21), tarnogórscy policjanci (21), myszkowscy policjanci (11), piekarscy policjanci (11), lublinieccy policjanci (10), mysłowiccy policjanci (10), kłobuccy policjanci (10), bytomscy policjanci (8). Taki zabieg postrzegam jako ukłon Policji w stronę społeczności lokalnych, a tym samym utożsamienie policjantów z danym miejscem, ich identyfikację z danym miastem i jego społecznością. Służy to niewątpliwie tworzeniu wspólnoty dyskursu policyjnego opartego na budowaniu bliskości z mieszkańcami. To także przejaw zaprojektowanej praktyki, której jednym z celów jest aktywizacja społeczeństwa, a także zmiana koncepcji współpracy mieszkańców województwa śląskiego z Policją.

W tekstach kampanii zidentyfikowano szereg rzeczowników własnych, nawiązujących do konkretnego referenta, którym jest *policja*. Aby zrozumieć opisane w pracy przykłady nie potrzeba przywoływania faktów pozajęzykowych. Nie ma w nich ukrytych założeń ideologicznych. Ich rozumienie wynika z ogólnej wiedzy społecznej. W nazwach własnych zaobserwowano użycie metafory *stróż prawa*, za pomocą której nadawca ukazuje policjanta jako opiekuna, który został przydzielony mieszkańcom do obrony prawa. To przykład słownictwa wartościującego policjantów. Analiza nazw własnych pozwoliła także na zidentyfikowanie tendencji, w której w większości jednostek terenowych Policji stosowane są znaki językowe umożliwiające identyfikację podmiotów jednostkowych tej formacji, a tym samym odróżnianie jednych od drugich. Służy to m.in. identyfikacji policjantów z danym miastem i jego społecznością, co z kolei sprzyja tworzeniu wspólnoty dyskursu policyjnego opartego na budowaniu bliskości z mieszkańcami. To także przejaw zaprojektowanych praktyk dyskursu podejmowanego w tej rozprawie.

7.3. Analiza multimodalna

Niniejszy rozdział jest próbą semiotycznego spojrzenia na medioteksty programu prewencyjnego „Nie reagujesz – akceptujesz”, aby móc precyzyjnie uchwycić sens i relacje między ich elementami językowymi (tym co można przeczytać) a ikonicznymi (to co można zobaczyć). Przyjmuję zatem w rozdziale perspektywę semiotyczną, aby dokonać analizy obrazów towarzyszących tekstom kampanii. Punktem wyjścia tej części pracy jest założenie, iż wspomniane medioteksty stanowią przekaz multimodalny, którego częściami składowymi są wchodzące ze sobą w interakcję dwa systemy semiotyczne – werbalny i wizualny. Moim celem będzie ukazanie tych dwóch mechanizmów oraz sprawdzenie, czy oddziałują na siebie, przenikają, dopełniają oraz wykluczają, a jeśli tak się dzieje, to w jaki sposób do tego dochodzi. Na pozycji uprzywilejowanej stawiam zatem plakat kampanii, awatary oraz fotografie towarzyszące komunikatom prasowym tego przedsięwzięcia.

Akerat zwraca uwagę, że: „Nawet jeśli zdjęcie było pozowane, ciągle opowiada jakąś historię. Ludzie nie są robotami, nie reagują z precyzją komputera. Każdy człowiek zinterpretuje, co do ustawienia na swój własny sposób. Pozowanie może wpłynąć na ludzi, ale nie może zdeterminować ich zachowania całkowicie”.⁴⁰⁰ Piekot pisze: „obraz jest polisemiczny, przez co jest pozbawiony możliwości orzekania o świecie, a jego jedyną jednostką sensu jest motyw, jednak nie można w nim wyróżnić płaszczyzny semantycznej, syntaktycznej oraz pragmatycznej. Orzekanie o świecie wchodzi w grę jedynie w sytuacji, jeśli obraz zostanie uzupełniony tekstem”.⁴⁰¹ Biorę także pod uwagę badania Fodora zamieszczone w pracy *Imaginistic Representation*, gdzie uznał, iż obrazy nie mogą odgrywać takiej samej roli jak słowa w języku naturalnym, ponieważ linearny układ kilku obrazów nigdy nie może zostać odebrany jako propozycjonalna całość.⁴⁰²

Traktowanie komunikatów kampanii w ślad za Schmitzem jako struktury tekstowo – obrazowej (Sprache-Bild-Text), gdzie status tekstu przysługuje się jedynie elementom językowym, wydaje się trafne. Natomiast biorąc pod uwagę, iż medioteksty kampanii są

⁴⁰⁰ Akeret U. D. (1975): *Photoanalysis. How to interpret the hidden psychological meaning of personal and public photographs*. New York: Ed. Thomas Humber.

⁴⁰¹ Piekot T. (2006): *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków, s. 111

⁴⁰² Fodor J. (1980): *Imagistic representation* W: *Readings in Philosophy of Psychology, Volume II*. Harvard University Press, s. 135-149

przykładem przekazu multimodalnego, nie sposób w moich badaniach pominąć Stöckla, który warstwę językową i graficzną traktuje jako równoważne elementy składowe takiego tekstu.⁴⁰³

Zwracam uwagę na:

- postacie pierwszoplanowe – poziom ich aktywności;
- styl ubioru;
- zachowanie niewerbalne – mimika i gesty;
- otoczenie w jakim się znajdują (sceneria),
- rytuały (chodzi o rutynowe czynności służbowe wykonywane przez policjantów z osobami zatrzymanymi (sprawcy przestępstw i wykroczeń), a więc m.in. doprowadzanie tych osób do policyjnego radiowozu, do jednostki Policji, do celi. Mowa także o czynnościach daktyloskopijnych, a także wykonywaniu fotografii sygnalitycznych).
- sygnety i logotypy (logo) kampanii oraz konfiguracje, w jakich pojawiają się na jednej płaszczyźnie (atrybuty policyjne).

W analizie obrazów kampanii, za Barthesem, zwracam także uwagę na *studium i punctum*. Te dwa elementy, jak podkreśla autor: „to w pewnym sensie działanie hermeneutyczne, ale także umowa społeczna, zgodnie z którą, funkcją fotografii jest informowanie, przedstawianie, zaskakiwanie, nadawanie znaczenia i budzenie pożądania”.⁴⁰⁴ *Studium* jest zatem całościową analizą obrazu, jest aktem percepcji zwyczajowej. *Punctum* zaś przełamuje porządek nadany przez *studium*.

Analiza ilościowa mediotekstów wykazała, iż najczęściej używanymi obrazami, które towarzyszył przekazowi werbalnemu, były fotografie w liczbie 2342, z czego 19 pochodziło ze źródła innego niż Policja. Wśród nich można wymienić monitoringi miejskie, portale internetowe, a także zdjęcia pochodzące od świadków zdarzeń. Dodatkowo należy podkreślić, iż w przypadku fotografii, dominowały w nich obrazy związane z działaniami profilaktycznymi prowadzonymi przez policjantów (m.in. prelekcje w szkołach, festyny rodzinne, debaty społeczne). Poza wskazany obszar fotografie prezentowały także policyjne rytuały. Chodzi tutaj o czynności służbowe wykonywane przez policjantów z zatrzymanymi

⁴⁰³ Stöckl H. (2004): *Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. W: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41, s. 5-48

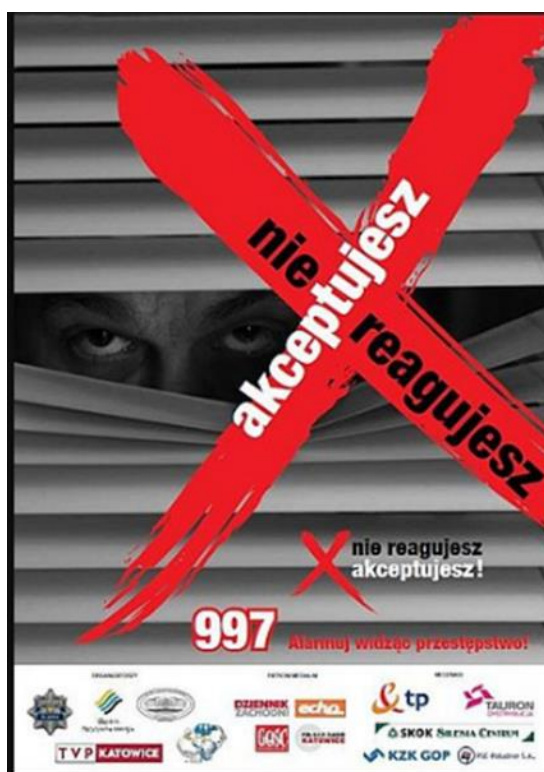
⁴⁰⁴ Barthes R. (1996): *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, Warszawa, Wydawnictwo KR, s. 49

osobami. Nie zabrakło także zdjęć ceremonialnych i oficjalnych, których zidentyfikowałam 276.

Na drugim miejscu uplasowały się awatary – zidentyfikowałam ich 1002, natomiast plakat kampanii został użyty 217 razy. Trzeba też zaznaczyć, iż zdarzały się przypadki, w których komunikat prasowy kampanii posiadał więcej niż jedną fotografię lub zawierał najróżniejsze kombinacje, w jakich przedstawiano obrazy przedsięwzięcia: plakat – fotografia – awatar, awatar – fotografia, awatar – plakat, fotografia – plakat. W takiej sytuacji podjęłam decyzję, aby do analizy ilościowej włączyć wszystkie występujące w korpusie obrazy, niezależnie od ich kombinacji.

7.3.1. Plakat

Plakat kampanii zawiera w sobie wszystkie te składowe, które pojawiają się w awatarach towarzyszących komunikatom akcji, a także występowały na fotografiach w nich użytych. Plakat traktuję zatem jako punkt wyjściowy, który posłuży (także ułatwi) kolejnym analizom i interpretacjom.



Ilustracja 2. Plakat kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Spośród wszystkich obrazów programu prewencyjnego „Nie reagujesz – akceptujesz” plakat pełni rolę wiodącą, nie tylko ze względu na ilość jego zastosowań w tekstach kampanii, lecz także ze względu na fakt, iż nadawca zadbał w nim o wszystkie detale m.in. o sposób i formę przekazania informacji, także w kwestii dokonań estetycznych jakie w nim poczyniono. Plakat kampanii postrzegam jako linearny sposób prowadzenia marketingu narracyjnego, gdzie połączone ze sobą na jednej płaszczyźnie słowo i obraz, tworzą opowieść, która ma służyć budowaniu więzi z odbiorcą, przez zapoznanie go z doświadczeniami innych.⁴⁰⁵ Opowieść, którą tworzy za pomocą plakatu, zawiera w sobie kilka istotnych komponentów ujętych w jednej płaszczyźnie, dostępnych dla odbiorcy *tu i teraz*. Afisz to wyrób poligraficzny zaliczany do akcydensów, zawierający informację wyrażoną w formie graficznej, w której dominuje funkcja impresywna – skłaniająca odbiorcę do konkretnych zachowań.⁴⁰⁶ Bernstein napisała: „Obraz jest czymś skończonym, dziełem samym w sobie; plakat rozpoczyna pewien proces, jest środkiem komunikacji między twórcą komunikatu a odbiorcą, czymś na kształt graficznego telegramu. Twórca plakatu pełni taką samą rolę jak telegrafista; to nie on jest inicjatorem przekazu, on nim tylko rozporządza. Nikt go nie pyta o opinię; jego zadaniem jest jasno, adekwatnie i wyraźnie przekazać komunikat”.⁴⁰⁷ Plakat, jak podkreśla Słowiński: „może być najbardziej sensowną formą przekazu zmuszając do pobudzenia odbiorcy do przemyśleń”.⁴⁰⁸

Plakat jako element wizualnego systemu semiotycznego tych mediotekstów, sam w sobie także stanowi odrębny przekaz multimedialny. Jest wynikiem, jak piszą Czachur i Pappert, „ogółu działań językowo-wizualnych zdeterminowanych społecznym porządkiem wartości i wiedzą o skutecznych strategiach ich wykorzystania w procesie komunikowania społecznego, w tym perswazyjnego”.⁴⁰⁹ Rozpatrując plakat w kategorii modalności, należy zatem przyjąć, iż jest on komunikatem polisemiotycznym, któremu sens zostaje nadany poprzez współdziałanie więcej niż jednego kodu semiotycznego. Nie można zapomnieć jednak, za Maćkiewicz, iż: „multimodalność nie oznacza, że wykorzystywane w danym komunikacie systemy semiotyczne funkcjonują niezależnie, istnieją obok siebie. Wręcz przeciwnie – komunikat

⁴⁰⁵ Mistewicz E. (2011): Marketing narracyjny. Jak budować historie, które sprzedają. Gliwice s. 43; Mandelbaum J. (2003): How to ‘Do Things’ with Narrative. A Communications Perspective on Narrative Skill. W: Handbook of Communication and Social Interaction Skills. (Red.) Greene J.O., D.B. Burleson D.B., Mahwah s. 624.

⁴⁰⁶ Słowiński P. (2021): Opowiadanie obrazem: autorski plakat społeczny W: Parezja 1(15), s.107

⁴⁰⁷ Bernstein D. (2004): Billboard, przeł. E. Ciszowska, Warszawa, s.32

⁴⁰⁸ Słowiński P. (2021): Opowiadanie obrazem: autorski plakat społeczny W: Parezja 1(15), s. 115

⁴⁰⁹ Czachur W., Pappert S. (2019): Wizualny populizm: analiza praktyk multimodalnych na przykładzie plakatów wyborczych z Polski i Niemiec W: Tekst i dyskurs – text und diskurs 12, s. 168

multimodalny jest jak partytura orkiestrowa, gdzie poszczególne partie instrumentalne współgrają ze sobą, tworząc całość, która nie jest tylko i po prostu sumą części”.⁴¹⁰ Plakat jest zatem multimodalną powierzchnią, w której dochodzi do integracji języka i obrazu, a jej skutki, jak pisze Winiarska: „obserwujemy i na poziomie werbalnym – w wyniku czego powstaje slogan, i na poziomie wizualnym, gdzie graficzny amalgamat staje się skutecznym narzędziem wpływania na odbiorcę”.⁴¹¹

Punctum plakatu kampanii stanowi mężczyzna. Plakat niewątpliwie został zdominowany przez to właśnie zdjęcie. Strach, który wyraża twarz mężczyzny staje się w tej fotografii emocją nadrzędną. Wskazują na to szeroko otwarte oczy i uniesione brwi. Na uwagę zasługuje także użyta na fotografii kolorystyka. Widzimy tutaj zdecydowaną dominację koloru szarego, co podkreśla, iż mężczyzna jest zwykłą postacią, tak jak i zwykły jest dom, w którym mieszka. Przedstawiona barwa nawiązuje do kolokacji typu *szary dzień, szara rzeczywistość, szara codzienność*, a także *szary człowiek. Zwykły człowiek* wydaje się być idealnym bohaterem w tym obrazie, gdzie nadano mu funkcję upodmiotowienia, uatrakcyjnienia, a także urealnienia podjętego w plakacie tematu. Jednoznaczność polega na odczytaniu wiadomości z obrazu człowieka: komuś się to przytrafiło (ktoś zobaczył coś, co spowodowało u niego uczucie strachu), bliskość (komuś podobnemu do mnie to się przytrafiło), spersonalizowanie (to wpłynęło na czyjeś życie).⁴¹² Sądzę, że tło plakatu uznać można za argument *ad misericordiam*, który ma przekonać odbiorcę działania. Nie został co prawda wyrażony wprost za pomocą słów, lecz pośrednio za pomocą fotografii, konotującej niewerbalne zachowanie, którego odbiorca nie chce powielać, bo kto chciałaby żyć w strachu.

Jeśli sfera werbalna na afiszu *nie reagujesz – akceptujesz* realizuje wynikowy akt stwierdzenia, to zachowanie niewerbalne ukazane na tej fotografii, jest głównym nośnikiem intencji komunikacyjnych, gdzie główny bohater: *nie reaguje i akceptuje, bo się boi*. Słowo w tej sytuacji stwierdza pewien stan rzeczy, natomiast przekaz niewerbalny ten stan wyjaśnia, co w efekcie nadaje sens komunikacyjny w tym plakacie. Nadawca wykazuje tutaj zrozumienie dla powodu braku reakcji i akceptacji. Z przekazu niewerbalnego wiemy, iż nie jest to obojętność, nieświadomość, lecz strach.

⁴¹⁰ Maćkiewicz J. (2017): Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów, *Studia Medioznawcze Media Studies*, 2(69), s. 35

⁴¹¹ Winiarska J. (2016): Plakat jako przykład multimodalnego amalgamatu. *LingVaria*, 22, s. 44

⁴¹² Por. Piechota M. (2015): Bohater „małego realizmu” – zwykły człowiek w reportażach Małgorzaty Szejnert („My, właściciele Teksasu”) W: *Zeszyty Naukowe KUL* 58 nr 2 (230), s. 73-74.

Kolejnym elementem wizualnym jest logotyp kampanii oraz jego sygnet – symbol X. Połączone razem w jednej płaszczyźnie tworzą slogo. X jest używany do oznaczenia czegoś tajemniczego lub nieznanego, co ma zostać rozwiązane. Czasami jest stosowany do oznaczania określonych lokalizacji lub miejsc docelowych na mapach miejscach spotkań. Postrzegam go jako formę, która sama w sobie jest perswazyjna, mając na uwadze definicję Blaira: „Argumentem wizualnym jest taki rodzaj argumentu, w którym przynajmniej niektóre z podstawowych elementów (przesłanek lub konkluzji) nie są sformułowane za pomocą wyrażen języka naturalnego, zamiast których w przekazie są użyte obrazy i/lub niewerbalne znaki lub symbole”.⁴¹³ Zakładam w tym miejscu, iż odbiorca „iksa” rozpoznaje go dzięki utrwalonej kulturowo konotacji. X użyty w plakacie stanowi także postać metafory wizualnej. Metafora została wzmocniona w wyniku modyfikacji właściwości fizycznych, gdzie fraza *nie reagujesz* – *akceptujesz* została stopiona z „iksem”. Została zastosowana tutaj reduplikacja (powtórzenie obrazu), w myśl, im więcej powtórzeń, tym większe szanse, aby coś zapamiętać (Ilustracja 3.).



Ilustracja 3. Konfiguracja znaków ikonicznych plakatu kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Na plakacie kampanii X występuje dwa razy. To przykład zastąpienia tautologicznego, o którym pisze Lewiński: „przykładem substytucji jest wizualna forma *idem per idem*, co oznacza, że zastępujący element jest identyczny z zastępowanym, ale w jakiś sposób zmodyfikowany: powiększony (hiperbola), pomniejszony (litotes) lub wyeksponowany w szczególny sposób”.⁴¹⁴ Mamy tutaj do czynienia z hiperbolą dodatnio poprzez zaakcentowanie w jego czerwonej płaszczyźnie sloganu kampanii, gdzie w *nie reagujesz* użyto barwę czarną, natomiast w *akceptujesz* użyto bieli. Zastosowano tutaj mechanizm związany

⁴¹³ Blair J.A. (2015). Probative Norms for Multimodal Visual Arguments. *Argumentation*, 29(2), s. 218, <http://doi.org/10.1007/s10503-014-9333-3> dostęp 29.01.2023

⁴¹⁴ Lewiński, tamże s. 94

z przyciągnięciem uwagi odbiorcy po przez właśnie użyte kolory, gdzie czerwień skontrastowano z białą-czarną tonacją. Takie zestawienie obrazowo-słowne tworzy harmonię wizualną, przez co daje poczucie równowagi, porządku i przemyślanego działania. Przekaz werbalny został umieszczony w przestrzeni symbolu w układzie pionowo – ukośnym, przy czym X jest obrazem bardziej złożonym (krzywą), co jak piszą Pacuła i Stępień: może być „wyrazem funkcji ekspresywnej i decydować o sile perswazyjnej tego słowno-obrazowego komunikatu, jakim jest reklama”.⁴¹⁵ Autorzy wskazują, iż „elementy tworzące linię lub krzywą postrzegane są jako związane ze sobą; ułożenie produktów lub liter w linii daje większą szansę na utrwalenie ich w umyśle odbiorców (nawet jeśli obiekty mają różne kolory)”, co dokładnie zostało zastosowane w analizowanym przykładzie.⁴¹⁶

Warstwy językowa interesującego nas tu plakatu, składa się z trzech elementów. Pierwszym z nich jest slogan właściwy kampanii, chodzi tutaj o użycie frazy: *nie reagujesz – akceptujesz*. Fraza *nie reagujesz – akceptujesz* występuje na plakacie dwa razy (w połączeniu z opisanym już symbolem X). W tym przypadku główne hasło kampanii występuje jako slogo.

Przytoczony slogan stanowi formę zdania oznajmującego, z implikowanym *ty*, będącym zaimkiem osobowym drugiej osoby liczby pojedynczej, za pomocą którego nadawca zwraca się do odbiorcy. To próba zmniejszenia dystansu pomiędzy nimi, a także przejaw zastosowania zwrotu adresatywnego. Kolejny zabieg stylistyczny stanowi opozycja czasowników: zaprzeczonego *reagować* oraz pozytywnego *akceptować*. Wykorzystano ponadto rym (dzięki gramatyce tożsamości formy osobowej) i rytm (użycie czterosylabowych czasowników). Slogan *nie reagujesz* (A) – *akceptujesz* (B) jawi się także jako sylogizm, niosący podwójne przesłanie, gdzie A determinuje B. Jest to kontynuacja rozumowania z kroku A do kroku B, a więc mamy do czynienia z *argumentum ad consequentiam*, czyli skutków pewnych działań, jako inicjacji odpowiedniego ciągu inferencji. Mamy tutaj do czynienia z sorytem – figurą argumentacyjną, którą Lewiński opisuje jako poliptoton skonstruowany w taki sposób: „że każdy następny element wprowadza niewielką modyfikację elementu poprzedzającego, co w konsekwencji prowadzi do oczywistej konkluzji”.⁴¹⁷ Taka konstrukcja, w odniesieniu do głównych założeń kampanii uruchamia następujący ciąg argumentacyjny:

⁴¹⁵ Pacuła J., Stępień T. (2017): Ikonizacja komponentów werbalnych reklamy W: Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji. Wszolek M. (red.), s. 363

⁴¹⁶ Tamże,

⁴¹⁷ Lewiński P. (2017): Retoryka jako narzędzie opisu komunikatów reklamowych W: Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji. Wszolek M. (red.), Wrocław, s.66

***cogito:** nie reagujesz – akceptujesz – unikasz reakcji (przez obojętność, strach lub nieświadomość), co jest przejawem akceptacji społecznej na przypadki łamania prawa, która rozzuchwala przestępców, a także utrudnia pracę policji*

***ergo:** to w konsekwencji powoduje negatywne skutki społeczne dla każdego z nas (utrata poczucia bezpieczeństwa), sięgające o wiele głębiej, niż jest to dostrzegalne w momencie samego incydentu; dodatkowo sprawca uniknie odpowiednich konsekwencji, co znowu może zmotywować go do dalszego działania, a co może wpłynąć na nasze bezpieczeństwo, nasilając zjawisko przestępczości.*

Obecne na plakacie numer 997 to cyfrowy atrybut definiujący polską Policję. Nie tylko pełnią funkcję informacyjną, ale bezpośrednio określają nadawcę afisza i czynią decyzję o reagowaniu możliwą. Może nawet na plakacie mają one największą siłę sprawczą. Frysztak pisze: „System powiadamiania (alarmowania, zgłaszania) służb ratowniczych oparty jedynie na numerach „dziewiątkowych” funkcjonował w Polsce przez wiele lat. Funkcjonalnie umożliwiał on osobom zgłaszającym zdarzenie połączenie się telefoniczne z dedykowanymi numerami alarmowymi (997, 998, 999) – w zależności od rodzaju oczekiwanej pomocy. Rozwiązanie to w świadomości ludzi od lat gruntowało i identyfikowało „dziewiątkowe” numery alarmowe z opisywanymi wyżej trzema głównymi służbami ratowniczymi”.⁴¹⁸

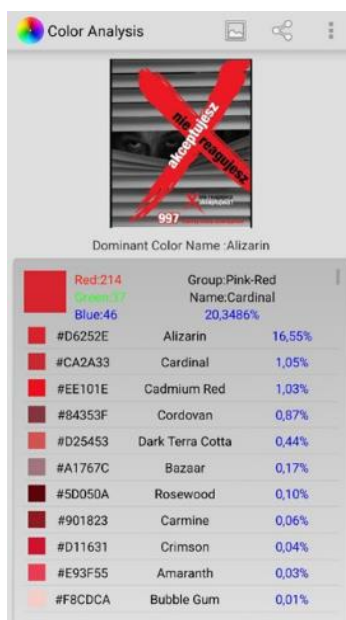
Ciekawie prezentuje się typografia opisanych dotychczas elementów. We wszystkich składnikach plakatu zastosowano antykwę bezszeryfową, która łączy w sobie: konkretność, rzeczowość, pewność, konstruktywność. Jest to więc dość mocny krój kojarzony z siłą i dominacją.⁴¹⁹ Bezszeryfowość nadaje przekazowi rytmiczności, dynamiczności, a także przywodzi prostotę. Model ten jest przykładem kroju stałego (maszynowego), jednoelementowego i linearnego, który poza pogrubieniem nie posiada żadnych dekoracji i ozdóbek. Samo zastosowanie pogrubienia symbolizuje moc, a także kojarzy się z dominacją. Jeśli zaś chodzi o samo ułożenie liter i cyfr, to ich rozkład jest ciasny, przez co skupiają na sobie uwagę oraz wskazują na spójność. Poza tym w przekazie zastosowano minuskuły, a więc małe litery, które są mniej oficjalne, znoszą dystans oraz budują przyjazne

⁴¹⁸ Frysztak P. (2018): Proces zmian systemu powiadamiania ratunkowego w Polsce – założenia, etapy, efekty W: Zeszyty Naukowe SGSP nr 68/4, s. 185

⁴¹⁹ W analizie posiłkowałam się opracowaniami następujących autorów: Felici J. (2007). Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu, przeł. M. Kotwicki, P. Biłda. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria; Bringhurst R. (2007). Elementarz stylu w typografii. Kraków: Wydawnictwo D2D oraz Willberg H.P., Forssman F. (2006). Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, przeł. M. Szalsza. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria

relacje. Ich zastosowanie to także ukłon w kierunku osób cierpiących na wady wzroku. Konkludując kwestię dotyczącą kroju, można z powodzeniem stwierdzić, iż zastosowana w jej doborze uniwersalność, zwiększa szanse dotarcia do odbiorcy.

Co do użytej kolorystyki, kolejno w: nie reagujesz – barwa czarna, akceptujesz – barwa biała, 997 - barwa biała z czerwonym wyróżnieniem graficznym, sprawiają wrażenie zachowania równowagi między formą a treścią. Dominująca jednak jest barwa czerwona, co nie tylko widać gołym okiem, ale co zweryfikowała analiza, którą przeprowadziłam za pomocą darmowej aplikacji Color Analysis (Wykres 11.), gdzie użyta w plakacie czerwień została sklasyfikowana jako alizarin „Alizaryna, czerwień alizarynowa – organiczny związek chemiczny z grupy chinonów, pochodna antrachinonu. Czerwony barwnik stosowany już w starożytności, jako tzw. kraplak, pozyskiwany z korzeni marzany barwierskiej”⁴²⁰



Wykres 11. Analiza koloru czerwonego w plakacie kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Po przez użycie tylko trzech kolorów : czerwieni, bieli oraz czarni zadbano o zbędny w tym przypadku nadmiar wrażeń estetycznych – im mniej kolorów, tym mniejsze rozproszenie uwagi. Można zatem pokusić się o stwierdzenie, iż w analizowanym przykładzie typografia i kolor zostały ze sobą trafnie dobrane oraz zgrane, co nie tylko wpłynęło na poziom estetyczny przekazu, lecz także stworzyło szanse na zapamiętanie treści wyrażonej słowem, na zakotwiczenie jej w świadomości odbiorcy.

⁴²⁰ <https://pl.wikipedia.org/wiki/Alizaryna> dostęp 30.01.2023

Tak przemyślane połączenie jawi się jako mechanizm perswazji, jako próba sterowania reakcjami oraz prowokowanie ich do konkretnych zachowań. Zwróćmy w tym miejscu uwagę na kolor czarny zapisu *nie reagujesz*. Jego odczytanie może nawiązywać do poczucia wstydu, które może wynikać z braku reakcji na zaistniałe zdarzenie. Konkluzja ta została oparta na podstawie dokonanego opisu koloru czarnego przez autorów *Colour Terms in Five Linguistic Images of the World: The Semantic Perspective*.⁴²¹ Z kolei kolor biały użyty w zapisie *akceptujesz* ukazuje semantyczną relację bieli z reakcją opartą na emocji, którą w tym przypadku jest strach.⁴²² Jeżeli chodzi o kolor czerwony w symbolu X, to ciekawie został on przedstawiony we wspomnianym już artykule: „Red is also the colour of vigilance, as in komuś zapaliła się czerwona lampka”.⁴²³ I właśnie w taki sposób postrzegam zastosowanie czerwieni w „iksie”. Nawiązuje ona do zachowania odpowiedniej czujności, uważnego obserwowania otaczanej rzeczywistości, a wreszcie uświadomienia sobie zagrożeń wokół. Czerwony X występuje tutaj także w potrójnym znaczeniu, jako odrębne skreślenie kogoś (tego, który nie reaguje, bo się boi, lub sprawcę przestępstw), negacja przestępczych zachowań, a także zaznaczenie – reaguję (ja).

Podsumowując, plakat kampanii tworzy harmonijne zespolenie przekazu językowego z wizualnym, typograficznym, cyfrowym, kolorystycznym, co stanowi o jego sile. Forma pozwala na kierowane projektowane odczytanie tego, co werbalne i tego, co ikoniczne. Wspierają je trzy poziomy recepcji: zrozumienia przekazu słownego (kognicja), denotacji oraz konotacji użytych znaków. Przeprowadzona analiza multimodalna wykazała, iż plakat kampanii pełni jednocześnie funkcję informacyjną, edukacyjną, a także perswazyjną, jest więc wizualno-werbalnym zapisem technik perswazji oraz towarzyszących mu elementów estetycznych.⁴²⁴

Plakat występował w kampanii (219 razy) w dwu sytuacjach. Po pierwsze jako stempel akcji dołączony do komunikatów werbalnych, por.

⁴²¹Por. Golda P., Jedzinka A., Mężyk J., Ryszka J., Uchman T. (2022) Colour Terms in Five Linguistic Images of the World: The Semantic Perspective W: GEMA Online Journal of Language Studies Volume 22(4), November 2022 <https://ejournal.ukm.my/gema/article/view/51871/13507> dostęp 10.01.2023

⁴²² Tamże, s. 44

⁴²³ Tamże, s. 47

⁴²⁴Niedzielski C. (1966): O teoretycznoliterackich tradycjach prozy dokumentarnej [podróż - powieść - reportaż], Toruń, s. 821

ZATRZYMANY ŻŁODZIEJ

Data publikacji 15.02.2012

Powrót Generuj PDF Drukuj

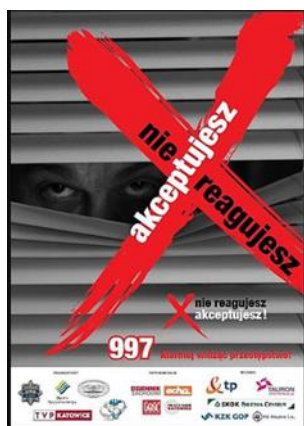
Policjanci z komisariatu II zatrzymali 48-letniego mężczyznę podejrzanego o kradzież miedzianych elementów ogrodzenia przy ul. Lompy w Bielsku-Białej. W trakcie sprawdzeń okazało się, że złodziej poszukiwany jest przez sąd, bo czeka go roczna odsiadka w zakładzie karnym za wcześniejsze przestępstwa.

Policjanci z komisariatu II zatrzymali 48-letniego mężczyznę podejrzanego o kradzież miedzianych elementów ogrodzenia przy ul. Lompy w Bielsku-Białej. W trakcie sprawdzeń okazało się, że złodziej poszukiwany jest przez sąd, bo czeka go roczna odsiadka w zakładzie karnym za wcześniejsze przestępstwa.



O kradzieży, do której doszło wczorajszym popołudniem dyżurny bielskiej policji został powiadomiony przez świadków, którzy widzieli jak złodziej zdemontował miedziane elementy ogrodzenia przy ul. Lompy. Właściciel wycenił szkody na kwotę 1300 zł. Na miejsce skierowano patrol. Policjanci nie zastali rabusia, ale skierowali się do pobliskiego skupu złomu, gdzie odnaleźli miedziane elementy sprzedane tam dopiero co przez sprawcę. Złodziej został zatrzymany kilka przecznic dalej. Przyznał się do kradzieży i usłyszał zarzuty przestępstwa, za które może spędzić w więzieniu najbliższe 5 lat. W trakcie sprawdzeń okazało się, że 48-latek poszukiwany jest przez sąd w związku z wcześniejszymi kradzieżami. Ma na swoim koncie także uszkodzenie cudzego mienia. Za przestępstwa te czeka go roczna odsiadka w zakładzie karnym, gdzie trafi jeszcze dzisiaj.

Ilustracja 4. Przykład użycia plakatu w tekście, który nie nawiązuje do nazwy kampanii



PIJANY ZA KIEROWNICĄ SKRADZIONEGO AUTA

Data publikacji 25.09.2012

Powrót Generuj PDF Drukuj

Właściciel ligockiego lokalu ujął pijanego kierowcę, który ledwo trzymając się na nogach wsiadł do fiata cinquecento i usiłował odjechać. Sprawca został przekazany w ręce mundurowych. Usłyszał już zarzuty krótkotrwałego użycia cudzego pojazdu i kierowania nim w stanie nietrzeźwości, za co grozi mu do 5 lat pozbawienia wolności.

Właściciel ligockiego lokalu ujął pijanego kierowcę, który ledwo trzymając się na nogach wsiadł do fiata cinquecento i usiłował odjechać. Sprawca został przekazany w ręce mundurowych. Usłyszał już zarzuty krótkotrwałego użycia cudzego pojazdu i kierowania nim w stanie nietrzeźwości, za co grozi mu do 5 lat pozbawienia wolności.

Twa kampania "Nie reagujesz - akceptujesz" w którą włączają się mieszkańcy naszego regionu. Kiedy właściciel lokalu w Ligocie zauważył, że jeden z klientów chwilem krokiem zmierza do zaparkowanego tam fiata, natychmiast za nim pobiegł. Nietrzeźwy mężczyzna zdążył wsiąść do pojazdu, który bynajmniej nie był jego własnością. Uruchoił silnik i ruszył przed siebie. Zatrzymał się chwilę później, na ogrodzeniu pobliskiej posesji. Wówczas 36-latek został ujęty przez właściciela baru i przekazany w ręce wezwanych na miejsce policjantów. Badanie alkomatem wykazało, że miał we krwi prawie 3 promile alkoholu. Nazajutrz usłyszał zarzuty przestępstw, za które może trafić do więzienia na najbliższe 5 lat.



Ilustracja 5. Przykład użycia plakatu kampanii w tekście nawiązującym do prowadzonej akcji.

Druga sytuacja jest egzemplifikowana przez fotografie 3-12. W przykładach plakat jest narzędziem promującym kampanię oraz formą wizualizacji prowadzonej akcji. Jego niewielkie rozmiary pozwalają go używać nie tylko jako tła, ale także jako gadżetu, który może dostać/trzymać członek jakiejś społeczności innej niż Policja.



Fot.3



Fot. 4



Fot. 5



Fot. 6



Fot. 7



Fot. 8



Fot. 9



Fot. 10.



Fot. 11



Fot. 12

Fot. 3-12. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji.

7.3.2. Awatary

Projektanci strony internetowej Policji użyli nazwy *awatar* do opisania ogólnodostępnego dla oficerów i rzeczników prasowych repozytorium obrazów, z którego mogli oni korzystać w dowolnym wymiarze. A więc w początkowej fazie była to nazwa zakładki umożliwiająca policjantom szybki dostęp do zasobu uniwersalnych obrazów, które mogły być przez nich wykorzystane w przypadku braku posiadania przez policjanta realistycznej fotografii z zaistniałego zdarzenia, które zamierzał opisać. Jego użycie postrzegam jako przejaw technolektu języka Policji (*Language for Specific Purposes*), o którym była już mowa w rozprawie. Na uwagę zasługuje fakt, iż z czasem oficerowie prasowi zaczęli tworzyć własne awatary, wykorzystując do tego stworzone przez siebie fotografie, w których kluczowym elementem była przede wszystkim martwa natura przedstawiająca charakterystyczne atrybuty Policji. W ten sposób edytując zdjęcia, zaczęli tworzyć subpłaszczyzny, umieszczając w jednej przestrzeni kilka wątków. Co można postrzegać, jako pewną formę fotomontażu.⁴²⁵ A więc awatary to komputerowo generowane obrazy, przypominające fotografie. Termin *awatar* na dobre zagościł się w policyjnej terminologii jako obraz ubarwiający komunikat prasowy w przypadku braku realnej fotografii. Do samego opisu włączam tylko to, co jest widoczne i co wynika z ogólnej świadomości zbiorowej Polaków – zgodnie z myślą Durheimowską: mowa o tym, co społeczne, w tym, co indywidualne: „Świadomość zbiorowa jest totalnością wyobrażeń zbiorowych połączonych razem w pewien określony sposób”.⁴²⁶

Analizę ikonyczną rozpocznę od egzemplifikacji, która pojawiła się na stronie internetowej KMP Tychy (Ilustracja 6.). Komunikat został zatytułowany „PIJANA „OPIEKA”. Jego nadawca nawiązuje do problemu nietrzeźwych rodziców (opiekunów). Analiza ilościowa korpusu wykazała 57 komunikatów dotyczących zdarzeń o takiej właśnie tematyce. Tematem częściowym tekstu jest półroczne dziecko, chłopczyk, syn 38-letniej kobiety. Ten mały bohater pojawia się w treści komunikatu siedem razy (lid, rozwinięcie). O trzy razy więcej nadawca nawiązuje do jego matki. O żadnym z nich nie ma natomiast wzmianki w tytule.

⁴²⁶ Cyt. Za Niesporek A.: Czy koniec socjologii jaką znamy? P. Bohannon P. Conscience Collective and Culture, W: K. H. Wolff, op. cit., s. 82
https://www.researchgate.net/profile/AndrzejNiesporek/publication/328048592_Czy_koniec_socjologii_jaka_znamy/links/5bb4d654a6fdccd3cb84fbd7/Czy-koniec-socjologii-jaka-znamy.pdf dostęp z dnia 29.04.2023



PIJANA "OPIEKA"

Data publikacji 10.10.2017

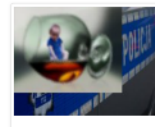
← Powrót

Generuj PDF

Drukuj

Widok zataczającej się matki z małym dzieckiem, która miała przewrócić się na schodach, zaniepokoił mieszkańca ul. Armii Krajowej w Tychach. Policjanci natychmiast zareagowali na anonimowe zgłoszenie, według którego kobieta miała być nietrzeźwa. Policjanci interweniowali wobec 38 latki, która mając ponad 1,5 promila, sprawowała "opiekę" nad swoim półrocznym synem. Za takie zachowanie może jej grozić do 5 lat więzienia.

O całej sytuacji anonimowo powiadomił policjantów mieszkaniec Tychów widząc zataczającą się kobietę z małym dzieckiem na rękach, która przewróciła się na schodach w jednym z bloków przy Armii Krajowej. Okazało się, że kobieta wracała od koleżanki, z którą piła alkohol. W chwili, gdy na miejsce przyjechali policjanci, kobieta była już w mieszkaniu. Badanie na alkoholom wykażowało w organizmie 38-latki ponad 1,5 promila alkoholu. Lekarz z wezwanego na miejsce pogotowia ratunkowego przebadał dziecko oceniając, że nic mu się nie stało i jest zdrowe. Znajoma sąsiadka kobiety, zobligowana się do opieki nad półrocznym chłopcem do czasu jej wytrzeźwienia. Jeżeli okaże się, że kobieta naraziła dziecko na niebezpieczeństwo utraty życia lub zdrowia, grozić jej może kara nawet do 5 lat więzienia.



Zdjęcie to jest przykładem prawidłowego działania w myśli kampanii "Nie reagujesz - akceptujesz", której głównym celem jest wzbudzenie w społeczeństwie braku akceptacji na zachowania negatywne, przestępcze i uciążliwe. Być może dzięki tej interwencji nie doszło do żadnej tragedii.

Ilustracja 6. Awatar komunikatu „Pijana „opieka”

Dołączony do komunikatu awatar nawiązuje więc do znanego powszechnie problemu, jakim jest uwikłanie w alkoholizm dzieci, natomiast na drugim obrazie widzimy znak identyfikacyjny samochodu policyjnego. Przyjrzyjmy się temu, co denotuje ten awatar. Na pierwszy plan wysuwa się grafika, na której widzimy ledwo siedzące dziecko. To niewątpliwie bohater w miejscu akcji, stanowiący *punctum* tego obrazu. Malec został umieszczony w szklanym kieliszku do koniaka. Kieliszek jest przedstawiony w pozycji horyzontalnej, jest przewrócony. Znajduje się w nim resztkę brązowo-czarno-pomarańczowej substancji, najprawdopodobniej jest to alkohol (koniak). Można założyć, iż jest niemowlęciem w przedziale wiekowym 6 – 12 miesięcy, na co może wskazywać umiejętność samodzielnego siedzenia. Do tej konkluzji skłania mnie także ubiór dziecka. Jest to tzw. body z krótkim rękawem, podstawowy element ubioru niemowlaka, zakładany bezpośrednio na pieluchę. W ubiorze zastosowano niebieski kolor. Przedstawiony obraz jest zamglony. Zabieg ten poczyniony przez nadawcę nazywamy tzw. rozmyciem obrazu (ang. *blurry vision*). Zaburzona ostrość utrudnia interpretację obrazu, zwłaszcza zachowań mimicznych dziecka. Tło opisanego tutaj obrazu stanowi kolor szary.

Przyjrzyjmy się teraz drugiej grafice umieszczonej w tej rozbudowanej płaszczyźnie. Widzimy tutaj zdecydowaną przewagę barwy niebieskiej, przy jednoczesnym wystąpieniu koloru białego oraz szarego. Ten ostatni w rzeczywistości to srebrny. Wiemy przecież, że na obrazie został przedstawiony polski radiowóz policyjny, który maluje się w takim kolorze. Na obrazie dzieciństwo chłopczyka zostaje skonfrontowane z alkoholem. To perspektywa poszkodowanego, którym jest ten malec, ale też perspektywa szkodzącego – w tym przypadku jego matki – pijana nie umie utrzymać kieliszka na stopce, przewraca go. Przewrócony kieliszek jest śladem pozostawionym przez kobietę. To też atrybut alkoholika. Matka dziecka

funkcjonuje na obrazie jako *signifiant* nieobecnej, czyli tej, która pozostawiła po sobie ślad i jest za jego pomocą przywoływana, wydobywana ze sfery nieobecności. Mam więc tutaj do czynienia z figurą retoryczną *pars pro toto* – część za całość. Ułożenie horyzontalne kieliszka może wskazywać, iż został on przewrócony w konkretnym celu. A więc po to, aby umożliwić dziecku wydostanie się z niego. Jest to szansa na uwolnienie się z tego klaustrofobicznego miejsca. Malec nie jest jednak w stanie samodzielnie wstać i wyjść. Umieszczenie go w tej małej przestrzeni oraz utrzymanie tej sceny w niskim kluczu kolorystycznym z przewagą szarości i wytłumionych barw, próbę przedstawienia utraconego przez dziecko świata. Uwagę przyciąga tutaj zamglone tło. Zastosowana nieostrość jest przykładem metafory mgły zakrywającej dziecko. Jawi się z jednej strony jako tarcza obronna. Z drugiej strony mamy tutaj do czynienia z metaforą ontologiczną, odwołując się do mgły jako obiektu fizycznego, która w analizowanym przypadku nie oznacza tylko braku widoczności, lecz może być nawiązaniem do stanu zagubienia wynikającym z niejednoznacznych uczuć. Może wreszcie konotować stan po spożyciu alkoholu matki dziecka, a także to, w jaki sposób kobieta widzi malca. To niewątpliwie zaburzona racjonalność w postrzeganiu świata. Mgła przywołuje więc tutaj negatywne emocje.

Na drugiej grafice widać drzwi policyjnego radiowozu, na którym zamieszczone zostały powszechnie znane kody graficzne, funkcjonujące w świadomości zbiorowej Polaków. Jeśli z kolei skoncentrujemy uwagę tylko na samym numerze 112, to jego umieszczenie w tym obrazie, stanowi repetycję graficzną, która pozwala zapamiętać i utrwalić u odbiorcy właśnie ten numer telefonu. I oto wyłania się funkcja edukacyjna tego awataru. Analizowany obraz został oznaczony logotypem Śląska.Policja.pl.Tychy Został on umieszczony w prawnym górnym rogu. Jest to tekstowe przedstawienie nazwy instytucji. Miejsce, w którym został umieszczony, to zabieg poczyniony w celu lepszego zapamiętania tego znaku, utrwalanie go w pamięci odbiorcy. Na pierwszy rzut oka logotyp sprawia wrażenie spójnego wizerunku graficznego. Jego prosta forma wywołuje jasne i klarowne skojarzenia. W ten sposób logotypy spełnia funkcję komunikacyjną i informacyjną, pobudza bowiem skojarzenia co do instytucji, nadaje jej wizualną identyfikację. Musimy pamiętać, iż specyficzne funkcje i uwarunkowania formalne Policji, nakładają na tę instytucję ograniczenia w sposobie formy przekazu, a także aspektów wizualnych, których dobór musi być na tyle uniwersalny, aby nie przesądził o skuteczności komunikowania. Logotyp w tym wypadku nie spełnia jedynie krótkookresowej funkcji informacyjnej czy komunikacyjnej, lecz jest związane budowaniem prestiżu Policji, co jest przecież procesem długotrwałym. A więc chodzi tutaj o kreowanie pozytywnego

wizerunku tej instytucji, co wymaga czasu. Logotypy jest pozbawiony formy plastycznej, ma dosyć uproszczoną formę, nie zastosowano w nim także żadnych ozdobników. W analizowanym przykładzie nadawca odwołuje się kolejno: do regionu – Śląsk, do instytucji publicznej – Policja (organ realizujący zadania państwa w sferze bezpieczeństwa), do Polski – stosując skrót pl., a także do miasta – Bielsko – Biała.

Zatrzymajmy się teraz na moment przy barwach użytych w tym awatarze. Kolor niebieski zastosowany w ubranku dziecka, a także użyty jako tło naklejki z napisem POLICJA, jest w kulturze symbolem powagi, zaufania a także wiarygodności.⁴²⁷ Użyta barwa jest próbą stonowania wzbudzonych u odbiorcy emocji. Z drugiej strony niebieska barwa nawiązuje do pewnych uczuć: przygnębienia, strachu. Jest to więc próba nawiązania także do stanu emocjonalnego malca. Użycie niebieskiej barwy może z powodzeniem także nawiązywać do tzw. niebieskich pokojów, które mają zapewnić dzieciom poczucie bezpieczeństwa, po przez zapewnienie mu odpowiednich warunków w czasie przesłuchania. Jeśli zaś chodzi o przedstawione na awatarze szarości, to spełnią podobną rolę, to barwy niebieskiej. Z kolei zastosowanie barwy białej nazwy *policja* zapewnia jej odróżnialność i czytelność na niebieskim tle. Masywność zastosowanych liter sugeruje moc, kojarzy się też z dominacją. Wykorzystany w obu elementach czcionka przywodzi prostotę, jest też estetyczna i praktyczna. Poza zastosowanym pogrubieniem, które stanowi ukłon w stronę osób cierpiących na wady wzroku, nie zastosowano w nich żadnych innych ornamentów. Poczynione zabiegi typograficzne mają niewątpliwie na celu bezproblemową deszyfrację oraz sprzyjanie zapamiętaniu wzornictwa. Awatar jest skierowany do dwóch typów odbiorców: „pierwszy stanowią osoby kierujące się emocjami, poszukujące intensywnych przeżyć, wzruszeń (...) Grupę drugą wyznaczają osoby myślące racjonalnie, poszukujące (...) suchych faktów, danych empirycznych”.⁴²⁸ A to oznacza jego kulturowo-semantyczną elastyczność i wszechstronność.

7.3.3. Logo

Analiza ilościowa wykazała, iż w 532 przypadkach logo występowało jako samodzielna subpłaszczyzna (Ilustracja 7.), zaś na tle fotografii umieszczane było także 413 razy. W ten sposób występowało w jednej płaszczyźnie obrazu z innymi elementami

⁴²⁷Skuza S. (2014): Rosso, giallo, blu. Un’analisi etnolinguistica sui colori primari in italiano e in polacco in prospettiva sincronica e diacronica. Toruń: Wydawnictwo UMK. s. 207-278

⁴²⁸Piekot T. (2006): Dyskurs polskich wiadomości prasowych. s. 147.

semiotycznymi. Najczęściej pojawiało się tam, gdzie przedstawiano policjantów podczas wykonywania czynności służbowych z osobami zatrzymanymi (Ilustracja 8.), a także prezentowano atrybuty Policji – najczęściej policyjny radiowóz. (Ilustracja 9.). Taki obrazów zidentyfikowano 126 razy.

		
<p>Ilustracja 7. Logo kampanii Nie reagujesz – akceptujesz.</p>	<p>Ilustracja 8. Logo kampanii użyte w fotografiach</p>	<p>Ilustracja 9. Logo kampanii użyte w fotografiach.</p>

Uporządkujmy w tym miejscu wiedzę dotyczącą logo. Jest to znak, który składa się z sygnetu (symbolu graficznego) i logotypu (tekstowego przedstawienia nazwy)”.⁴²⁹ Mamy więc przed sobą logotyp inspirowany nazwą kampanii – fraza *nie reagujesz – akceptujesz*, Z kolei sygnet stanowi symbol X. Są to dokładnie te same elementy, które zostały użyte w plakacie kampanii, opisane już podczas analizy afisza. Jedne co nam w związku z tym pozostaje, to odniesienie się do użytej w logo kolorystyki oraz typografii. Zanim przejdziemy do meritum, warto zwrócić uwagę, iż logo zostało utworzone w oparciu o jedną technikę reklamową – demonstrację statyczną, indywidualną. Za pomocą tej techniki zostały wyselekcjonowane cechy, które mają zachęcać do produktu. Jeśli zaś chodzi o sam logotyp, to występuje w potrójnej roli jako:

- **Headline** – to swoista zaczepka, której celem jest zwrócenie uwagi odbiorcy i zasugerowanie mu, że to właśnie on jest jej adresatem; w analizowanym przykładzie jawi się jako gra słowna;
- **Slogan właściwy** – streszcza i jest główną myślą kampanii, ponadto pozostaje niezmienny przez cały okres jej trwania;
- **Slogo** – to połączenie sloganu z logo, tutaj uzupełnia nazwę kampanii i informuje o jej globalnym przesłaniu; ma przede wszystkim zwrócić uwagę odbiorcy na przekaz, sprawić, aby został zapamiętany.

⁴²⁹ Mruk H. (2004) Komunikowanie się w marketingu, PWE, Warszawa

Jeśli chodzi o użytą kolorystykę, to nadawca zaprojektował logo jako połączenie czerwieni, czerni, szarości oraz bieli. Kryteria doboru poszczególnych elementów, kolorystyki oraz typografii wydają się być dobrane w oparciu o takie kryteria jak czytelność, konsekwentność oraz spójność. Dobór kroju pisma został dobrany w taki sposób, aby przekaz był czytelny zarówno w mediach elektronicznych, jak i tradycyjnych. Współgra on także z dobranym kolorem i rozmiarem. Jeśli chodzi o konsekwentność, to w tym przypadku zastosowano zasadę „mniej” znaczy „lepiej”. Spójność natomiast pozwala na utrwalenie logo w świadomości odbiorców, pozwala także na jego rozpoznanie. Przyjrzyjmy się jednemu z przykładów. Mediotekst zatytułowany „Znęcał się nad psem” pochodzi ze strony internetowej Komendy Miejskiej Policji w Rybniku. Grafika awataru nawiązuje do znanego powszechnie problemu, jakim jest znęcanie się nad zwierzętami (Ilustracja 10.) Na pierwszy plan wysuwa się jednak zaciśnięta, ludzka pięść, która niewątpliwie stanowi *punctum* tego obrazu.



Ilustracja 10. Przykład połączenia awataru z logo kampanii.

Pięść to dłoń zaciśnięta, znamionująca wrogość. Jej znaczenie w kulturze zostało zakodowane jako obraz wściekłości oraz agresji.⁴³⁰ Jest ona znowu strategią *pars pro toto* nieobecnego, czyli właściciela, który znęca się nad swoim psem. Ciekawy jest wynik analiz rasy psa widocznej na awatarze, ponieważ jest to labrador - czworonóg charakteryzujący się posłuszeństwem, zrównoważeniem, a przede wszystkim lojalnością wobec człowieka. To rasa pełna miłości i przywiązania. Trzecim z elementów znajdujących się na awatarze jest logo, które zdecydowanie jest odpowiedzialne za kontekst dla całości. Analizowany przykład to egzemplifikacja awataru, który przybrał formę obrazotekstu, które – jak pisze Schmitz – są: „graficznie stylizowanym znakiem językowym, którego znaczenie może być odczytane

⁴³⁰ Załazińska A. (2016): *Obraz – słowo – gest*. Kraków

wyłącznie dzięki współdziałaniu elementów językowych i niejęzykowych (...)im więcej zadań przejmuje design, tym mniej przypada ich dla gramatyki – i odwrotnie”.⁴³¹ Tak zresztą dzieje się w licznych przykładach łączących awatar z logo.

Kiedy logo kampanii pojawia się z kolei na fotografiach towarzyszących analizowanym komunikatom, stanowi ich *punctum*. Niech za przykład posłuży poniższa fotografia towarzysząca tekstowi (Fot.11), na której widać przemawiającego policjanta, stojącego na tle wielkiego ekranu projekcyjnego, a na nim wyświetlone jest logo. Funkcjonariusz prowadzi prelekcję dla uczniów klas pierwszych Zespołu Szkół Technicznych w Wodzisławiu Śląskim. Ludzie i sytuacje są na zdjęciu krajobrazem dla treści, którą transmituje ekran z logo kampanii.



Fot.11. Logo kampanii jako punctum fotografii.

7.3.4. Fotografie

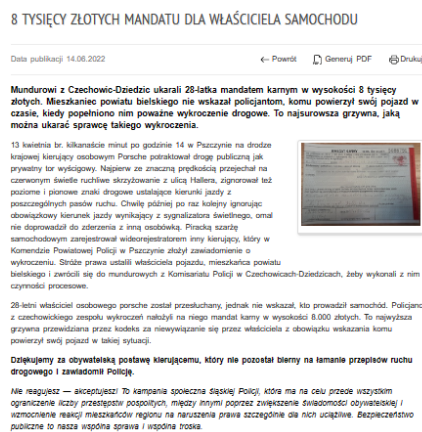
Interesująco prezentują się poglądy Latosia, który pisze, iż obraz fotograficzny: „stał się znakiem jak litera, słowo, a nawet zdanie, ułatwiającym porozumienie między ludźmi. Stał się nowym, najbardziej uniwersalnym środkiem przekazu, jednakowo zrozumiałym dla wszystkich, nie znającym barier językowych, narodowościowych, etnicznych, społecznych i kulturowych. W tej uniwersalności tkwi tajemnica powodzenia fotografii jako źródła informacji o otaczającym nas świecie, ludziach i wydarzeniach”.⁴³² Dzięki obrazowi, wyraźniej widzimy zjawiska, zdarzenia i sytuacja społeczne, a uwagę zwraca na to Sztompka: „Dla

⁴³¹ Schmitz U. (2016): Randgrammatik und Design W: IDS Sprachreport 3, s. 8–17

⁴³² Latoś, H. (1985): Z historii fotografii wojennej, Warszawa. s. 6

większości ludzi zobaczyć znaczy tyle, co uwierzyć. Łączy się to z powszechnym przekonaniem, że fotografia nie kłamie. Z tego zaufania do obiektywności zdjęć czerpie swoją siłę fotografia prasowa”.⁴³³ Fotografii towarzyszące tekstom kampanii jawią się jako kolaż zawierający w sobie połączenie zdjęć ilustrujących. To obrazy potwierdzające, uzupełniające słowo, obrazujące wybrany fragment opisywanej przez dziennikarza rzeczywistości. „Taka fotografia jest służebna wobec artykułu, staje się podporządkowana materiałowi tekstowemu.(...)Do drugiej grupy zdjęć prasowych, określanych mianem fotoreporterskich, zaliczymy zdjęcia, których zasadniczym celem jest szybkie przekazanie informacji szerokiemu gronu odbiorców Informacja ta dotyczy zdarzenia przebiegającego w przedstawionym na zdjęciu fragmencie rzeczywistości”.⁴³⁴ Na porównanie zdjęć kampanii do fotografii socjologicznych pozwoliłam sobie, ponieważ postrzegam je jako te, które rejestrują i utrwalają zjawiska społeczne. Fotografii tej akcji mają wizualnie promować wszelkiego rodzaju działania podejmowane w jej ramach, aby utwierdzić społeczeństwo w przekonaniu, że akcja ma efekty i trwa. Promocja dotyczy wszystkich składników tej zaplanowanej strategii dyskursywnej. Przyjrzymy się temu bliżej.

Analizę ikoniczną fotografii kampanii rozpocznę od egzemplifikacji, która jest jaskrawym przykładem tautologicznej reprezentacji tematu globalnego. Przyjrzymy się komunikatowi prasowemu zatytułowanemu „8 TYSIĘCY ZŁOTYCH MANDATU DLA WŁAŚCICIELA SAMOCHODU” ze strony Komendy Miejskiej Policji w Bielsku – Białej (Fot.12).



Fot. 12 Fotografia mandatu.

⁴³³ Puszka M.: Moralne problemy fotografii prasowej, www.latarnik.idkonsult.net dostęp: 20 maja 2006

⁴³⁴ Ruta P.(2009):Fotografia prasowa: wybrane aspekty praktyczne. W: Rocznik Prasoznawczy 3, s. 141.

Fotografia jest wyraźnie ilustracyjna, bo informuje o interakcji, jaka zaszła pomiędzy policjantem o numerze służbowym: 721504 a sprawcą wykroczenia. Zdjęcie nie tylko dubluje przekaz werbalny, ale jest w stanie samodzielnie funkcjonować, bez potrzeby użycia tekstu, a oczywistość na niej zaprezentowana, nadaje fotografii homonimiczne cechy. Jednak dla zachowania reguł dyskursu medialnego, obraz ten musi być oczywiście obudowany metatekstami (nagłówek, korpus tekstowy). To przykład takiego zdjęcia, które ilustruje i dokumentuje opisane w komunikacie zjawisko. Jest wobec niego redundantny.

W trakcie analizy korpusu, w poszukiwaniu fotografii, natrafiałam na takie, których sens jest presuponowany, a więc z góry założony w ramach mechanizmu utekstowienia. Fotografia zostaje zatem skazana na słowo, staje się substytutem, gdyż w ramach paradygmatu semiotycznego opartego na kategoriach językowych, wszystko potencjalnie ma znaczenie. Obraz w takim przypadku jest zakotwiczony w tekście, ale tym samym go dopełnia. Jaskrawym przykładem są fotografie, przedstawiające policjantów (najczęściej kierownictwo jednostek Policji) oraz mieszkańców, w sytuacji składania im podziękowania, za obywatelską postawę jaką się wykazali i działania, które podjęli. Analiza ilościowa wykazała 276 takich zdjęć. W 24 przypadkach zdjęcia zostały wykonane poza murami Policji, najczęściej były to Urzędy Miast, Powiatów lub Gmin. Analizowane fotografie są prezentacją wydarzenia medialnego, który można zakwalifikować jako ceremonię. Rytuał ten postrzegam jako próbę „socjalizacji obywateli”.⁴³⁵ O ceremonii medialnej pisze Loewe: „Ceremonia jest istotnym elementem budowania *communitas* w rozumieniu Victora Turnera. Potrafi ona ukonstytuować jednorodną niezhierarchizowaną wspólnotę opartą na więzach społecznych i spontaniczności. *Communitas* homogenizuje poglądy i to ogromnie istotny atrybut w dobie polaryzowania społeczeństw, głównie w kategorii *societas* jako struktury społecznej, lecz zhierarchizowanej”.⁴³⁶

Podczas obserwacji materiału uwagę przyciągnęły te fotografie, których *punctum* jest uścisk dłoni, wymieniany między policjantem a obywatelem. Globalnym tematem komunikatów, w których umieszczane były wspomniane zdjęcia byli mieszkańcy śląskich miast, których bohaterska postawa i działanie w myśl kampanii zostały nie tylko zauważone, ale i docenione przez policjantów, niejednokrotnie także przez władze samorządowe śląskich miast

⁴³⁵Dayan D., Katz E. (2008). Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo, tłum. A. Sawisz. Warszawa., s.297

⁴³⁶ Loewe I. (2020): Sport, medium, dyskurs telewizyjny. Mediolingwistyczne rozważania o wpływie W: Zeszyty Prasoznawcze, t. 63, nr 2 (242), s. 42

(prezydentów, burmistrzów). Analiza ilościowa wykazała, iż wspomniany gest pojawił się na 57 fotografiach. Najwięcej obrazów odnotowano w 2019 roku (22). Oto przykłady (fot.13-24):



Fot. 13. Uścisk dłoni



Fot. 14. Uścisk dłoni



Fot. 15. Uścisk dłoni



Fot. 16. Uścisk dłoni



Fot.17. Uścisk dłoni



Fot.18. Uścisk dłoni



Fot. 19. Uścisk dłoni



Fot.20. Uścisk dłoni



Fot. 21. Uścisk dłoni.



Fot. 22. Uścisk dłoni.



Fot. 23. Uścisk dłoni.



Fot. 24. Uścisk dłoni.

Zwraca na to uwagę Kraśnicka-Wilk: „Gest ten jest kulturowo przyjętą konwencją oficjalnego (ale nie tylko) sposobu powitania i pożegnania. Powierzchnie dłoni na przedstawionych fotografiach dotykają się w pozycji pionowej, co wskazuje, iż osoby wymieniające uścisk traktują siebie jako równorzędnych partnerów. Gest ten jest świadectwem nawiązania więzi

interpersonalnej między nimi, a także rytuałem grzecznościowym, wynikającym z norm kulturalno – społecznych. Poza opisanym gestem elementem kontrastowym jest niebieska torba pojawiająca się na większości z przedstawionych fotografii. Na przedmiocie tym widnieje opisane już w tym rozdziale logo kampanii. Ma ona za zadanie przypominać wyraziście o akcji, pozostawać jej emblematem i śladem po niej. Taki cel promocyjny mają też m.in. długopisy, bransoletki odblaskowe, breloki (fot. 25), a także kubki na napoje (fot. 26).



Fot. 25. Gadżety stosowane w celach promocyjnych kampanii.



Fot. 26. Kubki na napoje stosowane w celach promocyjnych kampanii.

Konkludując, fotografie są przykładem ideologicznej wizytówki Policji i jej kampanii. Jako towarzyszące komunikatom nie występują w funkcji zaprzeczenia tekstowi. Częściej są wobec niego redundantne, ale w równej mierze także dopełniające (ilustrujące), czego nie ma w tekście. Tylko obraz może bowiem powtarzać uporczywie logo, gadżety i emblematy kampanii. Rola obrazu jest w kampanii *sensu stricto* promocyjna, zwłaszcza w szczególnej roli utrwalenia w pamięci (mnemotechniczna) odbiorcy masowego.

Przedstawiam też w opisie fotografie, które ukazują policjantów w akcji aresztowania przestępców, których ujęto dzięki reakcji mieszkańców. Analiza ilościowa korpusu wykazała 188 fotografii o takiej tematyce. Oto kilka przykładów (fot.27-30):

 <p>Fot. 27. Zakładanie kajdanek zatrzymanemu sprawcy</p>	 <p>Fot. 28. Umieszczenie zatrzymanego sprawcy w celi.</p>	 <p>Fot. 29. Doprowadzenie zatrzymanego sprawcy do radiowozu policyjnego.</p>
	 <p>Fot.30. Doprowadzenia zatrzymanego sprawcy do jednostki Policji.</p>	

Jako emblemat tych fotografii uznać można kajdanki albo zakratowane drzwi. Te artefakty są odpowiednikami gadżetów albo plakatu na fotografiach omówionych już w pracy. W swojej funkcji jednak są tożsame – kajdanki dopełniają treść komunikatu, w którym opisywany jest akt zatrzymania.

Przeprowadzone badanie wykazało, iż najczęściej używanym obrazem w mediotekstach kampanii były jej fotografie (2341), na drugim miejscu uplasowały się awatary (1002). Plakaty kampanii zostały użyte 217 razy. „Współcześni semiotycy społeczni zauważają, że o ile w przypadku języka relacja między elementem znaczącym i znaczonym jest arbitralna (choć skonwencjonalizowana), to w przypadku obrazu świat fenomenów przedstawionych wizualnie „wdziera” się bezpośrednio w nasze doświadczenie percepcyjne i staje psychologicznym faktem”⁴³⁷ – uznają to za dobre podsumowanie charakterystyki ikonicznej kampanii. Obrazy zdublowały treści wyrażone słowem lub uzupełniły je o przypomnienie logo i plakatów, awatary były dobrym wyborem, który wywołuje kulturowe asocjacje, zaś faktyczne zdjęcia dokumentowały akcję jako rzeczywistą aktywność społeczności, w której policja odgrywa rolę instytucji z gestem i stojącej na straży porządku. Przeprowadzone analizy miały także na celu próbę udzielenia odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób nadawca instytucjonalny, jakim jest Policja, zbudował narrację ikoniczną kampanii, by zaistnieć w świadomości obywateli. I ta próba zgodnie z tym, co napisano wyżej najprawdopodobniej się udała. W rezultacie analiza wykazała ponadto, iż wiele z obrazowych składników komunikatów pełni funkcję edukacyjną. Podmiotami występującymi na zdjęciach, a z punktu widzenia oficera prasowego istotnymi dla kampanii, okazali się policjanci, osoby zatrzymane (sprawcy przestępstw) oraz świadkowie zdarzeń, którzy reagowali na przypadki naruszenia prawa.

7.3.5 Spoty reklamowe

W tej części pracy podejmuję próbę kompleksowej analizy dwóch spotów reklamowych kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” z perspektyw semiotycznej.⁴³⁸ Postrzegam je jako przekaz przygotowany dla określonej publiczności do multisensorycznego odbioru, a więc oglądania, słuchania i jak się okaże – czytania. Relacje obrazowo – tekstowe, które zostaną opisane w tym rozdziale, jawią się jako schematy przestrzenno-składniowe, informujące i retoryczno – semantyczne. Schematy te wpisują się w aparat badawczy multimodalnej lingwistyki tekstu i zostaną poddane badaniu zgodnie z propozycją Stöckla.⁴³⁹ Analizie zostaną poddane trzy warstwy: logosfery – zawierającej znaki werbalne, sonosfery –

⁴³⁷ Kress G. Van Leeuwen T. (1996): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London

⁴³⁸ Spot reklamowy traktuję synonimicznie terminami: przekaz, wypowiedź, komunikat (społeczny).

⁴³⁹ Stöckl H. (2015), *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, W: R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski (red.), *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, Wrocław–Drezno.

zawierającej znaki dźwiękowe oraz ikonosfery: zawierającej znaki ikoniczne (w tym kolory, mimikę oraz gesty postaci). Za Mac spoty kampanii postrzegam jako „przekazy komunikacji masowej i jednostkowej, które są inicjowane za pomocą mediów technicznych, m.in. telewizji, radia, komputera, telefonu, iPhone’a, smartphone’a”.⁴⁴⁰ Badanie tych tekstów wizualnych zostanie przeprowadzone w oparciu o opis zaproponowany przez autorkę w artykule *Multimodalność przekazów medialnych – główne założenia analizy tekstów audiowizualnych na przykładzie telewizyjnej prognozy pogody. Perspektywa germanistyczna*.⁴⁴¹ Zgadza się z Mac: że analiza tekstów telewizyjnych, a do tych zaliczam spoty kampanii, „musi obejmować wszystkie wykorzystywane w procesie nadawczym systemy znaków z uwzględnieniem powiązań między nimi, co stanowi podstawę generowania ich znaczenia”.⁴⁴² Interesujące mnie tu komunikaty są połączeniem języka mówionego i pisanego. To także przykład zespolenia obrazu nieruchomego i ruchomego, wizualnej komunikacji nieobrazowej, odgłosów oraz muzyki. I to właśnie na te elementy zwrócona zostanie szczególna uwaga w analizach.

Jak już wspomniałam w poprzednich rozdziałach, twórcy kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” przygotowali w sumie sześć materiałów audiowizualnych (spotów) zatytułowanych kolejno: *Kradzież kabli*, *Kradzież samochodu*, *Kradzież energii*, *Rozbój*, *Wandale* oraz ostatni, dotyczący bezpieczeństwa nad wodą, bez tytułu. Przekazy te wykorzystywane były przez policjantów podczas prowadzonych spotkań z mieszkańcami, a także pojawiały się telewizji w TVP 3 Katowice, najczęściej w okolicach głównego wydania Aktualności (i nie tylko). Spoty te emitowane były zatem w telewizji, ale i w internecie, pojawiając się od czasu do czasu w towarzystwie komunikatów prasowych zamieszczanych na stronach internetowych jednostek terenowych Policji, jak i na stronie KWP Katowice. Najczęściej jednak służyły jako materiał dydaktyczny, który policjanci wykorzystywali podczas prelekcji w szkołach, debat społecznych czy też spotkaniach z seniorami. Przypomina, iż komunikaty te nie są już wykorzystywane w kontynuowanej do dziś kampanii z powodu m.in. „zaprzestania współpracy z niektórymi podmiotami biorącymi czynny udział w czasie ich tworzenia i publikowania”.⁴⁴³ Pomysłodawcą tych spotów byli funkcjonariusze Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach, natomiast ich twórcą oraz realizatorem partnerzy medialni kampanii, o których była już mowa. Egzemplifikacyjnej analizie multimodalnej

⁴⁴⁰ Mac A. (2022): *Multimodalność przekazów medialnych – główne założenia analizy tekstów audiowizualnych na przykładzie telewizyjnej prognozy pogody. Perspektywa germanistyczna* W: *Prace językoznawcze* XXIV/4 s. 86

⁴⁴¹ Tamże,

⁴⁴² Tamże, s. 81

⁴⁴³ Pismo KWP Katowice nr GK-062/128/22/1615/23 z dnia 17 maja 2023

w niniejszej rozprawie zostaną poddane dwa z nich, nadal dostępne w sieci.⁴⁴⁴ Wiedza na temat ilości spotów oraz ich tytułów wynika z doświadczenia zawodowego oraz działań, które realizowałam w celu promocji kampanii na terenie miasta Siemianowice Śląskie. Pierwszy z włączonych do badania spotów *Kradzież kabli* jest dostępny na platformie YouTube oraz na Facebooku. Z kolei drugi, *Kradzież samochodu*, nadal dostępny jest na stronach internetowych śląskiej policji, a także na wspomnianej platformie. Spoty umieściłam w chmurze, do której prowadzi następujący link: [Spoty kampanii](#).

Jak pisze Iedema, multimodalność nie zakłada nadrzędności żadnego z użytych kodów, a współdziałanie tych systemów, z ewentualnym wyeksponowaniem któregoś z nich.⁴⁴⁵ W podobny sposób multimodalność opisuje Maćkiewicz. Autorka porównuje ją do partytury orkiestrowej, w której „poszczególne partie instrumentalne współgrają ze sobą, tworząc całość, która nie jest tylko i po prostu sumą części”.⁴⁴⁶ Zwiad rozpoczynam od 43 sekundowego dynamicznego obrazu zapisanego w pliku WMV zatytułowanego *Kradzież kabli*. Dla przypomnienia, pomysłodawcą tego spotu byli funkcjonariusze Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach, natomiast ich twórcą oraz realizatorem partnerzy medialni kampanii: producent: Marek Styś, zdjęcia: Sławek Chudowski, grafika: Maciek Barcik i Tomek Grimm.⁴⁴⁷ W ślad z Mac analizę tego komunikatu, jak i kolejnego, przeprowadzę z wykorzystaniem elementów tekstu audiowizualnego, przy zastosowaniu mikroprotokołu. W ten sposób zebrane zostaną najważniejsze dane, który posłużą do dalszych interpretacji. Uwagę kieruję teraz w stronę tabeli 7.


⁴⁴⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=G7MjOcpvhwg> dostęp 10.01.2023;



https://www.youtube.com/watch?v=7_RLQe4Nvsw dostęp 10.01.2023




⁴⁴⁵ Iedema R. (2013): Multimodalna analiza dyskursu. Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych. Tłum. M. Żelewa. W: Duszak A., i Kowalski G. (red.). Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu. Kraków: Wydawnictwo Universitas, s. 197

⁴⁴⁶ Maćkiewicz J. (2017): Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów W: Studia Medioznawcze, 2 (69), s. 35

⁴⁴⁷ <https://www.facebook.com/AktualnosciTVP/videos/211108812289364> dostęp 10.01.2023

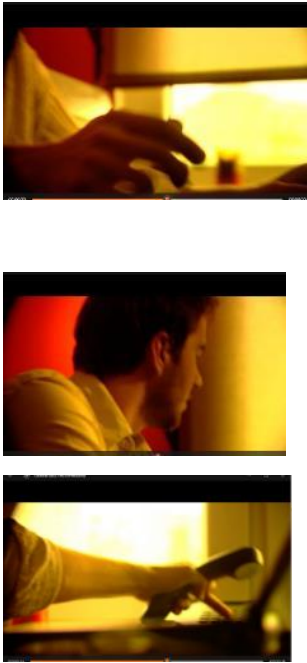
Czas	Dźwięk		Obraz	
	Odgłos, muzyka	Język mówio ny	sposób realizacji zdjęć, ruch kamery/rodzaj planu filmowego	treść obrazu (miejsce, postaci, rzeczy, akcja)
1	2	3	4	5
00:00: :43	Ta sam ścieżka dźwiękowa, stanowiąca tło w całym spocie: dźwięk akustyczny nadany przez metronom elektroniczny. Tempo szybkie (vivo) , około 120 BPM, skala: mol		Pomarańczowa tonacja, która daje wrażenie filtra nałożonego na cały przekaz.	Akcja całego spotu podzielona jest na trzy części: 00:00:00 do 00:00:16 – topografia miejska 00:00:17 do 00:00:29 - mieszkanie. 00:00:30 – 00:00:39 - m.in. prezentacja logo kampanii, organizatorów orz mecenasów.
00:00: 00	dźwięk: otwierającej studzienki telekomunikacyj nej; dźwięk akustyczny nadany przez metronom elektroniczny,	brak	nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: detal 	Przeźródła otwarta; w kadrze uchwycono moment otwierania studzienki telekomunikacyjnej;
00:00: 02	dźwięk akustyczny nadany przez	brak	Ruch kamery (subtelne zoomowanie/ oddalenie) z jednoczesnym	W kadrze znajduje się okno bloku mieszkalnego, przez które zagłada

	metronom elektroniczny,		wyostrzeniem obrazu, plan filmowy: plan amerykański; 	mężczyzna w średnim wieku. Ma on założone okulary. Mężczyzna spogląda na coś, po czym szybko wraca do mieszkania.
00:00:05	Do metronomu elektronicznego dołącza dźwięk perkusji: subtelne miotelką perkusyjną w krawędź talerza (trudno określić, czy to talerz ride, czy crush), a także muzyka dobiegająca z fortepianu. Dźwięk ten słychać do 30 sekundy spotu.	brak	Ruch kamery w poziomie (panorama) w obrazie prawo – lewo, plan średni 	Tło kadru stanowi miejska zieleń oraz jasne światło dobiegające ze słońca. Na pierwszym planie widać idącą starszą kobietę, która przygląda się czemuś/ komuś. W kadrze widać drzewa, tło Poruszając się przed prosto przed siebie nie odrywa wzorku od tego, co widzi, zwalania na moment, jednak nie zatrzymuje się. Jej głowa jest obrócona cały czas w lewą stronę, usta kobiety zaciśnięte w tzw. kreskę – sugerujące „nic nie powiem”, brwi uniesione do góry - będące wyrazem zdziwienia, zaskoczenia.
00:00:07	Dodatkowy dźwięk: odgłos cięcia kabla	brak	Ruch kamery w poziomie w obrazie lewo – prawo, subtelne zoomowanie/	W kadrze uchwycony został moment cięcia kabla dużymi nożycami. Rękojeść t nożyc ma

			<p>przybliżenie/oddalenie; plan filmowy - detal</p> 	<p>intensywny, zielony kolor.</p>
	<p>Dodatkowy dźwięk: przejeżdżający samochód, dźwięk akustyczny: szmer – występujący w chwili przekazania kabla z rąk do rąk,</p>	brak	<p>nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: plan amerykański</p> 	<p>Tło kadru stanowi zielony skwer oraz przejeżdżający samochód. Na pierwszym planie widać dwóch, zakapturzonych mężczyzn. Jeden z nich, widoczny od pasa w górę, znajduje się w studziencie telekomunikacyjnej. Drugi klęczy na lewym kolanie. Obok mężczyzn, na pokrywie studzienki znajdują się narzędzia.</p>
<p>00:00:13 – 00:00:14</p>	<p>Jak w 5. sekundzie</p>	brak	<p>nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: plan ogólny, plan pełny</p> 	<p>Tło tego kadru stanowią trzy bloki mieszkalne, wyróżniające się prostą formą. Na pierwszym planie widać młodego mężczyznę, ubranego w białą koszulę i dżinsowe spodnie. W lewej dłoni trzyma teczkę. W jego tle znajduje się biały</p>

				<p>samochód. Mężczyzna Wykonuje zamaszysty ruch prawą ręką w celu zamknięcia auta zdalnie starowanym kluczem. Jednocześnie, subtelnie obraca ciało w prawą stronę i zauważa dwóch zakapturzonych mężczyzn przy studziencie.</p>
00:00:15	Jak w 5. Sekundzie	brak	<p>Ruch kamery w poziomie (panorama) w obrazie lewo– prawo, plan średni, zbliżenie</p> 	<p>W kadrze został umieszczony ten sam mężczyzna. Widać jak nabiera powietrza, zaraz zamyka jednak usta. Widać wyraźnie uniesioną prawą – brew i obniżoną lewą - mimika służąca zaakcentowaniu zdziwienia, niezadowolenia i strachu.</p>
00:00:17	Dodatkowo dźwięk: fizjologiczny odgłos kaszlu małego dziecka,	brak	<p>Subtelne ruch kamerą w obrazie: lewo – prawo – góra; plan filmowy: plan średni</p> 	<p>Na pierwszym planie widać kobietę w pozycji pół leżącej na łóżku. Obok niej leży niemowlę. Kobieta trzyma w ręku termometr i spogląda na niego. Na drugim planie znajduje się łóżeczko</p>

				dziecięce i zawieszona nad nim karuzela/pozytywka.
00:00:20	Jak w 5. Sekundzie	brak	Subtelne ruch kamerą w obrazie: góra – lewo dół, plan filmowy: detal; obraz początkowo zamazany (blurry vision), a następnie wyostrozony	W kadrze widać monitor komputera z wyświetlonymi informacjami sugerującymi brak dostępu do internetu: „Program Internet Explorer nie może; <i>Program Internet Explorer nie może; możesz spróbować wykonać następujące czynno; Diagnozuj problemy z połączeniem; więcej informacji</i> ”.
00:00:21	Jak w 5. Sekundzie	Kobieta : <i>Dzwoń po pogotowie</i>	nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: plan amerykański	W kadrze na pierwszym planie widać mężczyznę siedzącego przy ekranem laptopa. Na drugim planie została umieszczona kobieta kierująca słowa do mężczyzny. Kobieta trzyma w ręku termometr, na który spogląda po wypowiedzeniu słów.

<p>00:00:22 – 00:00:29</p>	<p>Jak w 5. Sekundzie</p>	<p>brak</p>	<p>Dynamiczny ruch kamery w obrazie góra, prawo, dół wyśrodkowanie, zoomowanie/ zbliżenie, obraz początkowo zamazany (blurry vision), a następnie wyostrzony plan filmowy: plan filmowy bliski, detal</p> 	<p>W kadrze widać mężczyznę dzwoniącego gdzieś z telefonu stacjonarnego. W tej części spotu zostały wyeksponowane cztery występujące po sobie elementy: ludzka dłoń, twarz, telefon i ponownie ludzka twarz. Pierwsze trzy zostały przedstawione niewyraźne, co jest efektem zastosowania w tym ujęciu tzw. walącej się perspektywy. Ujęcie rozpoczyna się od ukazania męskiej dłoni, zaciskanej w pięść, jako znaczący sygnał niewerbalny zirytowania, złości. Gest wykonywany jest subtelnie, co wskazuje dodatkowo na niepewność. Następnie obraz zostaje skierowany na twarz mężczyzny wykonującego ten gest, po czym obiektyw kamery koncentruje uwagę odbiorcy na aparacie telefonicznym.</p>
----------------------------	---------------------------	-------------	---	---

				Mężczyzna wybiera numer telefonu na klawiaturze lewym placem środkowym.
			<p>Dynamiczny ruch kamery w obrazie lewa góra – prawy dół – lewa góra; perspektywa ukośna, obraz z elementami blurry vision, a następnie wyostrozony; plan filmowy: plany bliski, detal</p> 	<p>Ostatnim elementem w tym ujęciu jest wyraźnie widoczna twarz mężczyzny trzymającego słuchawkę przy uchu. Wzrok mężczyzny jest skoncentrowany, prawa oko szeroko otwarte jako oznaka obawy. Mężczyzna wykonuje także jedno mrugnięcie, co może być wyrazem przypomnienia sobie czegoś, a także koncentracji.</p>
00:00: 31	Dźwięk użycia pieczęci, stempla lub młotka sędziego na sali rozpraw; stopniowe wyciszenie dźwięków	Lektor : <i>nie reaguje</i> – <i>akceptu</i> <i>jesz</i>	<p>nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: plan ogólny, pełny, z detalem, technika filmowa: animacja na slajdzie,</p>	<p>W kadrze, na drugim planie, zostało przedstawione dokładnie to samo ujęcie, które pojawiło się w 13. sekundzie spotu (zwolnione tempo). Na pierwszym planie</p>



	akustycznych (fortepian), nadal słychać metronom elektroniczny i subtelny dźwięk uderzania miotełką perkusyjną w talerz.			zostało umieszczone logo kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” - czerwony symbol X, na przecięciu którego umieszczono biały napis <i>akceptujesz</i> oraz czarny: <i>nie reagujesz</i> . X pojawia się jako animacja typograficzna: iluzja ruchu
00:00:34 – 00:00:43	Dźwięk: metronom elektroniczny i subtelny dźwięk uderzania miotełką perkusyjną w talerz.	brak	Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: plan ogólny 	W kadrze zostały przedstawione na białym tle logo ośmiu organizatorów kampanii oraz pięciu mecenasów. Dodatkowo na szarym pasie zaprezentowano ponownie logotyp kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, numer alarmowy Policji 997, a także hasło: <i>Alarmuj widząc przestępstwo</i> .

Tabela 7. Analiza multimodalna spotu *Kradzież kabli*

Strategiczną pozycję w tekście przyjmuje fraza *nie reagujesz – akceptujesz*. Jako logotyp kampanii zajmuje miejsce na końcu spotu, gdzie „zwiększa się uwaga odbiorcy, jednocześnie

pozycje te są celowo konstruowane przez nadawców”.⁴⁴⁸ Tekst do przekazu zostaje wprowadzony przy użyciu dźwięku przypominającego użycie z impetem ciężkiej pieczęci bądź stempla. Dla wzmocnienia tego przekazu, w tym samym momencie, w 31 sekundzie, słyhać męski głos, wypowiadający frazę logotypu. To tzw. technika mnemoniczna. Odbiorca w tym samym czasie patrzy, słucha i czyta. Widz słyszy w tej frazie głos Marka Durmały (fot.31), redaktora TVP 3 Katowice. Widzowie w tym samym czasie w 2011 roku mogli zobaczyć i usłyszeć dziennikarza (wtedy i dzisiaj) na co dzień w regionalnym serwisie informacyjnym TVP 3 Katowice: „Aktualności”.



Fot.31. Fotografia redaktora Marka Durmały

Jest on więc źródłem wiadomości i wiedzy dla mieszkańców Śląska. Zabieg ten można traktować jako znany argument z autorytetu. Warto jeszcze poczynić uwagę na temat walorów głosu, a więc jego tembr, brzmienie, dźwięczność, które są postrzegane jako pochodne cech wrodzonych człowieka. Ciekawie prezentuje się opis barwy głosu w Encyklopedii logopedii, w której zostały przedstawione dwa zakresy znaczeniowe jako:

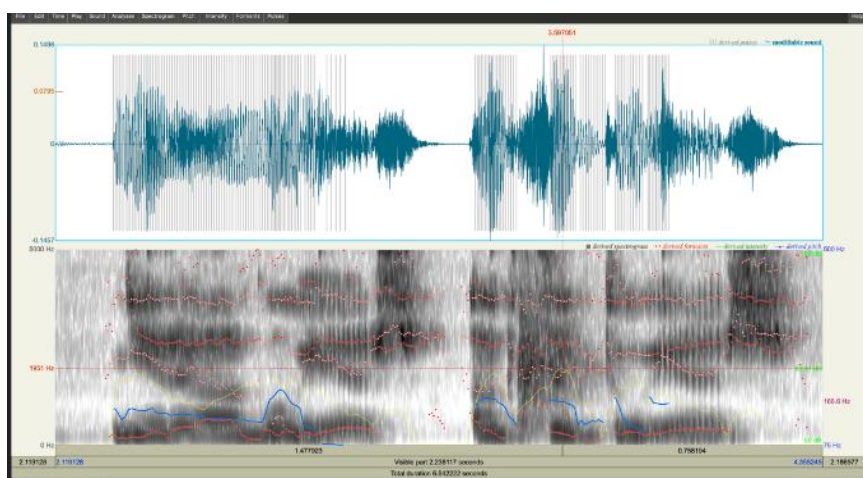
- „cecha naturalna, przyrodzona i charakterystyczna dla danego człowieka; zależna wprost od budowy i funkcjonowania układów oddechowego, fonacyjnego i artykulacyjnego; odbierana subiektywnie przez słuchacza jako miła lub niemiła dla ucha, ładna lub brzydka, osobliwa lub nijaka; używane są m.in. następujące określenia barwy: jasna, ciemna, metaliczna, aksamitna, ciepła, zimna, miękka, twarda, szorstka,
- środek ekspresji w mowie, uwarunkowany poruszonym tematem oraz emocjonalnym stosunkiem mówcy do niego; to samo słowo lub zdanie można wypowiedzieć z różnym zabarwieniem, np. łagodnie, ostro, zimno, z miłością”.⁴⁴⁹

Sprawdzę walory i kompetencje głosowe lektora. Podjęłam próbę zweryfikowania dynamiki wypowiedzanej przez niego frazy. Zaznaczam, iż interesuje mnie bardziej dynamika w rozumieniu słownikowym, jako siła, szybkość i energia, jako przejaw temperamentu,

⁴⁴⁸ Żydek-Bednarczuk U.(2005): Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu, Kraków, s. 171

⁴⁴⁹ Toczyńska, B. (2006). Ruch w głosie. Ćwiczenia nie tylko dla dziennikarzy. Wydawnictwo Podkowa.

przebojowości.⁴⁵⁰ Inspiracją do przeprowadzenia tej próby stał się artykuł Jagody Bloch *Zawartość dynamiki w dynamicznym serwisie informacyjnym*.⁴⁵¹ Badanie przeprowadzone zostało przy użyciu programu do analizy akustycznej Praat.⁴⁵² Autorami programu („Praat: doing phonetics by computer”) są Paul Boersma i David Weenink – naukowcy z Instytutu Fonetyki Uniwersytetu w Amsterdamie. Podejmując się tej próby, jako nieprofesjonalny fonetyk, zwróciłam uwagę przede wszystkim na elementy suprasegmentalne – intonację oraz głośność (w dB). Trzeba tutaj zaznaczyć, iż przeprowadzony eksperyment odbył się w warunkach domowych, audytoryjnie, ze słuchu. Nie można pominąć tutaj także faktu, iż z nagranych dźwięku nie wydzielono tła, które stanowi subtelne, delikatne wybijanie rytmu na talerzu perkusji w tempie około 120 BPM. A więc biorę pod uwagę wystąpienie zmiennych zakłócających tj. błąd pomiarowy lub właściwości fizjologiczne. W próbie tej przyjęto jednak perspektywę, iż prawdopodobieństwo słuszności wniosków jest duże z racji użycia precyzyjnego narzędzia, jakim jest wspomniany program Praat. Poza tym, w chwili kiedy lektor wypowiada interesującą nas tu frazę, następuje wyciszenie wspomnianego tła, tak, żeby do odbiorcy dotarł najważniejszy przekaz, a więc hasło kampanii. Przyjrzyjmy się bliżej poniższym schematom (wykres 12,13).

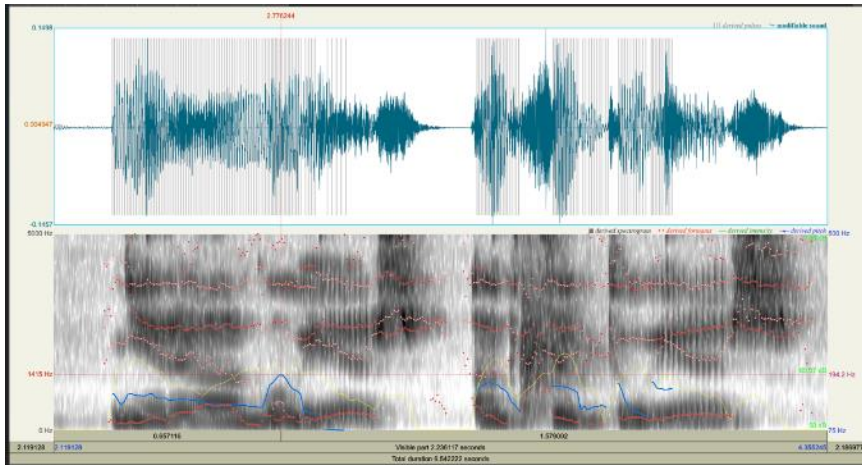


Wykres 12. Dynamika frazy „nie reagujesz – akceptujesz”

⁴⁵⁰ Drabik L., Sobol E. (red.) (2007): Słownik języka polskiego, Warszawa, s. 141

⁴⁵¹ Bloch J. (2017): Zawartość dynamiki w dynamicznym serwisie informacyjnym W: Poradnik językowy Z. 7

⁴⁵² P. Boersma, D. Weenink, Praat: doing phonetics by computer, wersja 5.4.17 (program komputerowy), 2015, <http://www.praat.org>, dostęp 15.05.2023



Wykres 13. Dynamika frazy „nie reagujesz – akceptujesz”

Nagrany dźwięk, a więc fraza *nie reagujesz – akceptujesz* wypowiedziana przez Durmałę, została przedstawiona na powyższych spektrogramie. Jest to górna część przedstawionego okna. Widzimy na nim wydzielone segmenty wypowiedzianej przez redaktora frazy. W dolnej części okna znajduje się oscylogram, który ilustruje zmiany amplitudy dźwięku, a także jego częstotliwość w czasie. Ciemniejsze pola oscylogramu oznaczają wyższą amplitudę dźwięku, z kolei jaśniejsze pola niższą. Widać, tutaj wyraźną przewagę ciemniejszej barwy, co wskazuje na wysokie natężenie dźwięku. Uwagę zwraca niebieska linia. Przedstawiony kontur wskazuje na intonację nagranych dźwięku. W najwyższym punkcie wskazuje ona 1415 Hz. (wykres 13.). Akcenty toniczne przedstawione są tutaj jako rosnąca linia, co wskazuje, iż przekaz nie jest monotony. Poza tym, widać wyraźnie zaznaczony kontur opadający w wypowiedzianej frazie, co świadczy o zamknięciu myśli. Żółta linia na oscylogramie stanowi o intensywności dźwięku, które w najwyższym punkcie wynosi ona 69,41 dB (wykres 12.) Natężenie głosu w tym przypadku może stanowić o przekonaniu osoby wypowiadającej słowa, co do słuszności tego, co przekazuje. Oscylogram pozwala także na zbadanie częstotliwości formantów. Są to różne składowe energii włożonej w wyprodukowanie dźwięku. Ich powstanie wynika z rezonansów wnek jamy ustnej.⁴⁵³ Wartości te wyrażane są w hercach i są uzależnione od ruchów aparatu artykulacyjnego. Na przedstawionym wykresie w najwyższym punkcie wynoszą 5000 Hz i widoczne są w postaci czerwonych punktów. Można wywnioskować, że siła lektora podkreśla wymawianą frazę, a także jego zaangażowanie w przekazywaną treść. Mamy więc tutaj do czynienia z usensacyjnieniem brzmienia głosu lektora, co wynika z ukazanego na wykresie natężenia dźwięku. Taki zabieg, jak pisze Bloch: „bywa wręcz

⁴⁵³ Mela M., Schulta V. (2016): Jak piękny jest ludzki głos! Techniki wizualizacji, mierzenia i deskrypcji ludzkiego głosu W: *Lingwistyka Stosowana* 19: 4, s. 97


pożądany przez odbiorców, zwraca bowiem uwagę na zagrożenia”.⁴⁵⁴ Przeprowadzona próba pokazuje, że siła słowa tkwi nie tylko w jego znaczeniu. Istotną rolę odgrywa także brzmienie, nie pomijając potencjału stylistycznego. Głos lektora użyty w analizowanej frazie, dzięki odpowiedniemu natężeniu dźwięku, ma spory potencjał, aby zwrócić i przyciągnąć uwagę odbiorcy, a w konsekwencji przekonać go do prezentowanych tez. Jak pisze Bloch: „(...) jeśli weźmiemy pod uwagę to, że głos ludzki stanowi naturalną, niewidzialną granicę człowieka, wówczas wzrost natężenia dźwięku(...) możemy interpretować jako element angażowania odbiorców”.⁴⁵⁵ Co jest zauważalne w analizowanym przykładzie.



Przyjrę się teraz kolejnemu spotowi reklamowemu. Mowa o 39. sekundowym przekazie audiowizualnym zatytułowanym *Kradzież samochodu*.

Czas	Dźwięk		Obraz	
	1	2	3	4
00:00 :39	Odgłos, muzyka	Język mówiony	Sposoby realizacji zdjęć/ ruch kamery/rodzaj planu filmowego	Treść obrazu (miejsce, postacie, rzeczy, akcja)
1	2	3	4	5
00:00 :39	Muzyka instrumentalna w tonacji mol, składająca się z dwóch części: 00:00:00 – 00:00:17 – instrumentalna sekwencją perkusyjną, w tempie umiarkowanym około 60 BPM. W 5. sekundzie do opisanego dźwięku		niebieska tonacja, która daje wrażenie filtra nałożonego na cały przekaz.	Akcja spotu podzielona jest na cztery części: 00:00:12 - plan ogólny, topografia miasta, przestrzeń miejska 00:00:13-00:00:16 przestrzeń zamknięta


⁴⁵⁴ Bloch J. (2017): Zawartość dynamiki w dynamicznym serwisie informacyjnym W: Poradnik językowy Z. 7

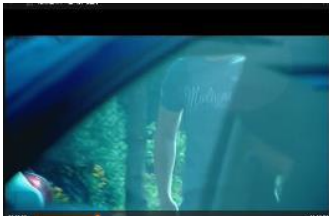

⁴⁵⁵ Tamże, s. 63

	<p>dołącza kolejny element, który może kojarzyć się odbiorcy z muzyką elektroniczną.</p> <p>00:00:18 -00:00:30 instrumentalna sekwencja gitarowa, dynamiczna, szybka, kojarząca się z muzyką rockową, w tempie około 120 BPM.</p> <p>00:00:30-00:00:39 – sekwencja perkusyjna</p>			<p>00:00:17 wnętrze pojazdu</p> <p>00:00:18 – przestrzeń miejska, topografia miasta</p>
00:00:00 – 00:00:02	<p>Dźwięk: sekwencja perkusyjna, ruch uliczny, odgłos stawianych kroków,</p>	brak	<p>Subtelne ruch kamerą w obrazie: lewo– prawo dół, obraz początkowo zamazany (blurry vision), a następnie wyostrozony; plan filmowy: amerykański</p> 	<p>Na pierwszym planie znajduje się zakapturzony mężczyzna (jego lewy profil) w okularach słonecznych, który podchodzi do samochodu. Na drugim planie widać rozmazane sylwetki dwóch</p>


				<p>osób spacerujących alejką z psem na smyczy.</p> <p>Aktorzy zostali umieszczeni w kontekście topografii miasta, gdzie widać aleję spacerową, dużo zieleni oraz ruch uliczny.</p>
00:00 :03- 00:00 :04	j.w.	brak	<p>Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: amerykański</p> 	<p>W kadrze, na pierwszym planie, zostało umieszczonych dwóch mężczyzn, stojących naprzeciw siebie w pewnej odległości.</p> <p>Wydaje się, że dzieli ich ulica. Ten, który stoi po jej drugiej stronie, to młody mężczyzna ubrany w T-shirt (z białym</p>

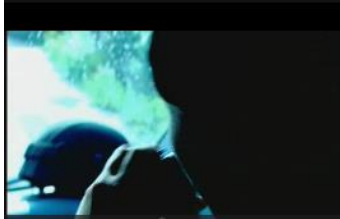
				<p>napisem na wysokości klatki piersiowej) oraz czapkę z daszkiem (tzw. besjbolówka). Mężczyźni zdają się spoglądać na siebie (łapią kontakt wzorkowy), po czym ten ubrany w T-shirt wykonuje gest: skinienie głową, który stanowi przyzwolenie dla drugiego z nich do dalszego działania. Na drugim planie została umieszczona młoda dziewczyna, przechodząca obok, przyglądająca się tym dwóm mężczyznom.</p>
00:00 :05 –	dodatkowy dźwięk: otwieranie drzwi	Brak	Ruch kamery w poziomie (panorama) w	W kadrze został umieszczony



00:00 :07	samochodu oraz ich zamykania, muzyka elektroniczna: dźwięk organów Hammonda,		obrazie lewo– prawo – lewo – prawo; plan filmowy: amerykański 	mężczyzna, przechodzień, w średnim wieku, któremu towarzyszy kobieta. To te same postacie, które pierwszej sekundzie spotu zostały przedstawione jako rozmazane, usytuowane na drugim planie. Mężczyzna trzyma w swoich rękach smycz, na której prowadzi psa, przekazuje ją jednak kobiecie. Kobieta sprawia wrażenie niezorientowane j i zaskoczonej. W tym samym czasie zakapturzony mężczyzna wsiada do samochodu.
--------------	--	--	---	---


00:00 :08 – 00:00 :09	dodatkowy dźwięk: zatrzaśnięcie drzwi samochodu	Brak	Ruch kamery w poziomie (panorama) w obrazie lewo–prawo; plan filmowy: amerykański 	W kadrze widać zakapturzonego mężczyznę siedzącego w samochodzie od strony kierowcy, do którego od strony pasażera dobiega mężczyzna w koszulce na krótki rękaw, na której widnieje napis.
00:00 :10 – 00:00 :11	Dodatkowy dźwięk: pisk opon, dźwięk silnika samochodowego,	Przechodzie ń: <i>policja?</i>	Ruch kamery w poziomie (panorama) w obrazie lewo–prawo - wyśrodkowanie: plan filmowy: zbliżenie, początkowo zamazany (blurry vision), a następnie wyostrzony; 	W kadrze widać twarz mężczyzny, trzymającego w prawej dłoni telefon komórkowy. Mężczyzna nie spuszczaając wzroku z pojazdu, do którego wsiadł zakapturzony mężczyzna, powiadamia policję o tym, czego jest

				<p>właśnie świadkiem. Mężczyzna wyraźnie mruży oczy, a także dwukrotnie mruży powiekami. To niewerbalny sygnał próby koncentracji i przypomnienia sobie czegoś. Na czole mężczyzny pojawiają się poziome bruzdy na czole, będące w tym przypadku wyrazem zmartwienia, ale i obaw. Mężczyzna subtelnie oblizuje górną wargę, co może wskazywać na uczucie podenerwowania, a, co może być wynikiem</p>
--	--	--	--	--

				suchości w ustach spowodowanej przeżywanym stresem.
00:00 :14- 00:00 :16		Mężczyzna: <i>czarny volkswagen golf, oddala się ulicą Skłodowskiej w stronę centrum.</i>	Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: amerykański 	Akcja spotu przenosi się do kolejnej scenarii, do przestrzeni zamkniętej. Jest to pomieszczenie, w którym na pierwszym planie znajduje się mężczyzna ubrany w białą koszulę na krótki rękaw, siedzący za biurkiem, na którym jest ułożonych kilka aparatów telefonicznych, a także mały mikrofon. Na drugim planie widać sześć dużych ekranów. Na czterech z nich

				zostały przedstawione zdjęcia lotnicze jakiegoś miejsca, a na dwóch pozostałych monitoring jakiegoś miejsca.
00:00 :17- 00:00 :18	Muzyka - sekwencja gitarowa, dynamiczna, szybka, kojarząca się z muzyką rockową; dodatkowy dźwięk: syrena policyjna	Mężczyzna: <i>przyjąłem.</i>	Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: zbliżenie 	W kadrze widać głowę mężczyzny siedzącego tyłem do obiektywu. Mężczyzna znajduje się w samochodzie, po stronie pasażera i trzyma w lewej ręce tzw. szczekaczkę – część CB radia służąca do rozmawiania. Przed mężczyzną, na desce rozdzielczej pojazdu, jest

				ułożony czarny hełm/kask.
00:00:19-00:00:20	j.w.	Brak	Ruch kamery w poziomie (panorama) w obrazie prawo – wyśrodkowanie; początkowo zamazany (blurry vision), a następnie wyostrojony, 	W kadrze widać radiowóz policyjny w przestrzeni miejskiej. Samochód jedzie włączonymi sygnałami dźwiękowo – świetlnymi.
00:00:21-00:00:26	dodatkowy dźwięk: obniżone głosy ludzkie, krzyki,	Policjant: <i>policja!; kłaść się, ziemia!; masz przy sobie jakąś broń?</i>	Dynamiczny ruch kamerą w poziomie (panorama) w obrazie prawo– lewo – przejście w dół – prawo; ujęcie niewyraźne tzw. wałaca się perspektywa; plan filmowy: ogólny z namiastką detalu 	Z policyjnego radiowozu dynamicznie wychodzi trzech umundurowanych policjantów. Funkcjonariusze podchodzą do czarnego samochodu, z którego wyciągają mężczyznę, układając go na brzuchu. Dodatkowo ściągają z jego głowy czapkę

				<p>koloru czarnego tzw. kominiarkę, uprzednio pytając go: <i>masz przy sobie jakąś broń?</i></p>
00:00 :27- 00:00 :31	Dźwięk użycia pieczęci, stempla lub młotka sędziego na sali rozpraw;	Lektor : nie reagujesz – akceptujesz	<p>Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: ogólny</p> 	<p>W kadrze, na drugim planie, widać część ludzkiej sylwetki - nogi wystające z czarnego samochodu. Nogi ułożone są przodem do asfaltu. Widać ruchy stóp. Na pierwszym planie zostało umieszczone logo kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” - czerwony symbol X, na przecięciu którego umieszczono biały napis akceptujesz oraz czarny: nie reagujesz. X</p>


				pojawia się jako animacja typograficzna: iluzja ruchu;
00:00 :30- 00:00 :39	Dźwięku: dynamiczna sekwencja perkusyjna	Brak	Nieruchoma pozycja kamery: kamera statyczna; plan filmowy: ogólny 	W kadrze zostały przedstawione na białym tle logo ośmiu organizatorów kampanii oraz pięciu mecenasów. Dodatkowo na szarym pasie zaprezentowano ponownie logotyp kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”, numer alarmowy Policji 997, a także hasło: <i>Alarmuj widząc przestępstwo!</i>

Tabela 8. Analiza multimodalna spotu *Kradzież samochodu*

W analizowanym komunikacie mam do czynienia z elementami werbalnymi, których nadawcami bezpośrednimi są: mężczyzna (przechodnia) *policja*, mężczyzna znajdujący się w pomieszczeniu: *czarny volkswagen golf, oddala się ulicą Skłodowskiej w stronę centrum*, pasażer pojazdu *przyjłem*, a także policjanci wydający okrzyk *policja! Kłaść się, ziemia!* oraz

pytający *masz przy sobie jakąś broń?* Nie brakuje w tym spocie także efektów akustycznych, a wśród nich odgłosów charakterystycznych dla przestrzeni miejskiej. Muzyka towarzyszy temu przekazowi od pierwszej do ostatniej sekundy i składa się z trzech części. Przez cały czas trwania spotu mam jednak do czynienia z muzyką instrumentalną w skali mol, która niewątpliwie nadaje przekazowi tajemniczego charakteru. Pojawiająca się w 5. sekundzie przekazu muzyka elektroniczna, staje się główną linię melodyczną utworu, aż do 19 sekundy. Wówczas do gry wchodzi instrumentalna, dynamiczna sekwencja gitarowa, przeplatana z okrzykami policjantów, obniżonymi głosami ludzkimi, a także dźwiękiem policyjnej syreny. Takie połączenie niewątpliwie może u odbiorcy powodować pobudzenie, motywować do działania. Jednak nadmierne natężenie dźwięku może konotować negatywne odczucia. Od 32 sekundy spotu słyszymy już tylko dźwięk perkusji, nadal jednak w tym samym tempie. Analizowany utwór podobnie jak towarzyszące mu dźwięki, przez nawiązanie do filmów sensacyjnych, buduje napięcie, dopełniając kod werbalny, ale i obraz. Na uwagę w tym spocie zasługuje także zastosowana kolorystyka, gdzie na pierwszy plan wysuwa się niebieska tonacja. Przyjmuję, że użycie tej barwy ma na celu nawiązanie *stricte* do instytucji, a więc do policji. To figura retoryczna, *pars pro toto*, gdzie kolor niebieski definiuje konkretne zawody, a w tym przypadku wspomnianą formację.⁴⁵⁶ Przyjmuję zatem, iż użycie barwy niebieskiej zostało zastosowane w celach estetycznych, po to aby przyciągnąć uwagę odbiorcy oraz symbolicznych, aby podkreślić, wyeksponować rolę Policji. Zastosowanie tej barwy z uwagi na bardzo dynamiczny charakter spotu ma także na celu wyciszenie zintensyfikowanych emocji. Jak pisze Kandinsky: „(...)Błękit w swoich najniższych głębiach rozwija element spokoju”.⁴⁵⁷ I taka jest też jego druga rola w spocie kampanii.

W opisywanym materiale audiowizualnym zostały wyeksponowane te zachowania i postawy mieszkańców (Śląska), które policjanci chcą zmienić. To, co zostało zaprezentowane w spocie pierwszym, to zupełne przeciwieństwo wizji utrwalanej w prasowych komunikatach oficerów. Brak więc w filmie obywatelskiej postawy, zdecydowanej reakcji, przykładu godnego do naśladowania, świadomości obywatelskiej, szybkiego odzewu czy też minimalizowania potencjalnych szkód. Opozycję do opisanego tutaj spotu stanowi drugi z nich: *Kradzież samochodu*. W odniesieniu do przechodnia, można powiedzieć, iż jest on: *wzorowy*,

⁴⁵⁶ Golda P., Jedziniak A., Mężyk J., Ryszka J., Uchman T. (2022) Colour Terms in Five Linguistic Images of the World: The Semantic Perspective W: GEMA Online Journal of Language Studies Volume 22(4), November 2022 <https://ejournal.ukm.my/gema/article/view/51871/13507> dostęp 10.01.2023

⁴⁵⁷ Zob. Kosicka-Pajewska A.(2021): Dramatyczność kolorów historii (The dramatic colors of history). „Przestrzenie Teorii” 36. Poznań, Adam Mickiewicz University Press s. 63

bohaterski. Cechuje go odwaga. Na przypadek naruszenia prawa, a więc w tym przypadku na kradzież samochodu, reaguje zdecydowanie i szybko, a tym samym wyraża sprzeciw społeczny wobec dwóch przestępców. Jest zaangażowany w to, co robi, prezentując postawę obywatelską. Niewątpliwie jest przykładem godnym naśladowania. Tacy też są bohaterowie (aktorzy) komunikatów oficerów prasowych, które zdominowały kampanię.

Nasuwa się w tym miejscu pytanie, jak na przedstawione w rozdziale dwa teksty multimodalne reagowała społeczność. Przypomnę, że oba zostały zidentyfikowane na platformie YouTube. Dodatkowo spot *Kradzież samochodu* został odnaleziony na Facebooku. Oba teksty pojawiły się na wspomnianej platformie 30 października 2012 roku. Pierwszy z nich został wyświetlony 628 razy, a drugi 575. Spoty te zostały zamieszczone przez prywatnego użytkownika, nie otrzymały polubień, nie zostały także skomentowane. Co się zaś tyczy pojawiania drugiego z tekstów na Facebooku, to został opublikowany w formie postu przez redakcję „Aktualności” TVP 3 Katowice 3 października 2011 roku. W tym przypadku także nie odnotowano jakiegokolwiek aktywności ze strony internatów (polubienia, komentarze). Ich brak nie wyklucza jednak oglądalności, biorąc pod uwagę, iż profil przedstawionego tutaj programu ma 19 389 polubień i jest obserwowany przez 26 501 użytkowników Facebooka, co potencjalnie stwarza spore możliwości dotarcia do szerokiego grona internatów.

Biorąc pod uwagę długość trwania kampanii, a także porównując popularność przedstawionych tutaj spotów na tle innych przekazów, można wywnioskować, iż spoty nie uczyniły kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” atrakcyjną społecznie.

Rozdział VIII

Obecność kampanii *Nie reagujesz – akceptujesz* w mediach oraz jej społeczny odbiór

W rozdziale tym przyjmuję, iż nie ma odbioru bez obecności, a obecności bez obiegu. Obecność angażuje, dostarcza doznań, a jest ona możliwa dzięki mediom, które wprowadzają temat do publicznego obiegu, zaś same media istnieją dzięki tematom wprowadzanym przez nadawców publicznych, instytucjonalnych oraz społecznych. Jest to kulturowa transakcja wiązana. Zadanie tego rozdziału polega na tym, by zilustrować mój rekonesans, jak przedmiotowa kampania poradziła sobie z obecnością w mediach oraz jaki zyskała w nich odbiór społeczny. Przedmiotem moich badań będą też komentarze internetowe, w których współczesny człowiek zaspokaja potrzebę ujawniania swoich przeżyć, poglądów, stanowiska. Nie można zapomnieć tego, o czym pisze Urzędowska. Komentarze te są autorskimi przemyśleniami nawiązującymi do komentowanego tematu, a ich cechami charakterystycznymi są: spontaniczność, ekspresywność i emocjonalność.⁴⁵⁸ Te dwa cele szczegółowe rozdziału mają pomóc w weryfikacji dwie z czterech postawionych w rozprawie hipotez:

Kampania ma zmienić wizerunek policji w społeczeństwie

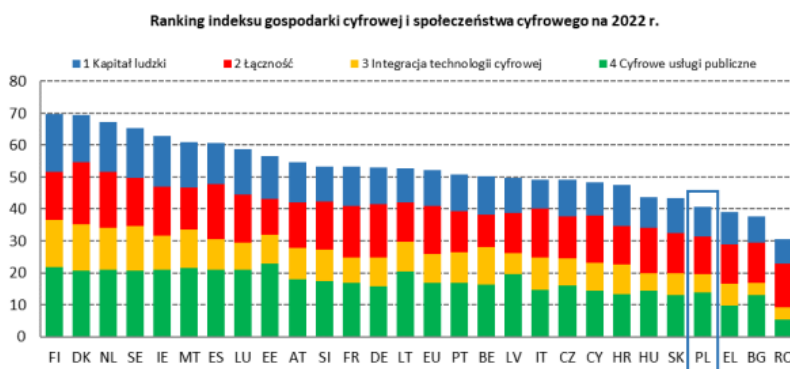
Zaangażowanie w kampanię jej aktorów nie jest równomierne

Badanie przeprowadziłam na profilach kampanii na Facebooku, gdzie zidentyfikowałam 208 postów. Platforma umożliwia reakcje społeczne czytających, obserwujących, komentujących, udostępniających, dlatego możliwe są wnioski o społecznym odbiorze przedmiotowej kampanii. Sięganie po materiał udostępniany cyfrowo i online jest motywowany wynikami raportu Centrum Badań Opinii Społecznej z czerwca 2022 roku. W raporcie czytamy, iż w analizowanym okresie, regularną (co najmniej raz w tygodniu) obecność online deklaruje ponad trzy czwarte dorosłych Polaków (77%). Dla porównania w latach 2011 – 2021 wskaźnik ten oscylował w granicy 56% - 73%. Ponadto w dokumencie tym znajdujemy informacje o umocnieniu się popularności usług i treści dostępnych w sieci w odniesieniu do prasy, a także o tym, iż więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej ogląda online m.in. telewizję. Pisze

⁴⁵⁸ Urzędowska A. (2019): Komentarz na facebooku jako quasi-gatunek internetowy – język i typologia. „Język. Komunikacja. Informacja”, nr 14, s.134-135

się w nim także o umocnieniu popularności pisania na forach i w serwisach społecznościowych, w których w badanym okresie, obecna jest ponad połowa dorosłych Polaków. Ponadto czytamy, iż 72% użytkowników sieci deklaruje, że ma konto w jakimś serwisie społecznościowym, z kolei 89% przeglądało zasoby portali społecznościowych w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie.

Dodatkowo rozszerzyłam dalsze poszukiwania o odpowiedniki tradycyjnych źródeł informacji w wersji cyfrowej koncentrując uwagę na TVP Katowice, Polskim Radiu Katowice oraz TV Silesia. Nie pominęłam także wyszukiwania materiału badawczego na poziomie podstawowym na stronach wygenerowanych przez wyszukiwarkę Google (14). Po dokonaniu selekcji zebranego materiału źródłowego, biorąc pod uwagę jego jakość i ogólny dostęp, ostatecznie do badania włączyłam 542 publikacje. W drugiej części rozdziału uwzględniłam materiał badawczy, który dotyczył tylko 2022 roku. Stanowi on monitoring archiwalny, który został przygotowany przez Instytut Monitorowania Mediów, w skład którego weszło 603 publikacji. Istnieje jeden czynnik, dla którego szczególnym rokiem odniesienia był 2022. Są to dane dostarczone przez *The Digital Economy and Society Index* (DESI 2022 wykres 14.), w którym zwrócono uwagę na tendencję wzrostową w zakresie poprawy poziomu cyfryzacji w Europie, a także podstawowych umiejętności cyfrowych Europejczyków na 2022 roku. Poprawa, choć minimalna, została zauważona także w Polsce. Pisząc w tym miejscu o wzroście kompetencji cyfrowych społeczeństwa, mam na myśli kreowanie produktów medialnych, a także zdolności do krytycznej refleksji, czy też krytycznego myślenia, analizy tekstu pisanego i wizualnego, a także zdolności i chęci do kreowania własnych treści. Stąd przypuszczenie, że w ostatnim roku kalendarzowym społeczna reakcja wyrażona przez społeczeństwo sieci może mieć swój ślad.



Wykres 14. Ranking indeksu gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego na 2022 rok.

Analizę rozpoczynam od wyselekcjonowanego materiału źródłowego pod kątem występowania kampanii w mediach. Badanie każdego korpusu rozpoczynam od tzw. chmury tagów, przygotowanej w oparciu o tytuły poszczególnych publikacji, do czego wykorzystałam aplikację webową o nazwie Korpusomat. W ten sposób zostały zobrazowane słowa najczęściej występujące w danym korpusie badawczym.

8.1. Obecność kampanii Nie reagujesz – akceptujesz w mediach w okresie 21 września 2011-31 grudnia 2021



Ilustracja 11. Chmura tagów – słowa najczęściej występujące w korpusie badawczym na podstawie tytułów publikacji

W dniu rozpoczęcia kampanii, a więc 21 września 2011 roku w mediach pojawiło się 9 publikacji dotyczących przedsięwzięcia. Wśród nich warte podkreślenia są: ponad trzypółminutowy materiał w serwisie informacyjnym TVS Silesia *Policjant – Obywatel*,⁴⁵⁹ a także publikacja na jednym z największych portali internetowych w Polsce onet.pl zatytułowana *Śląska policja uczy wrażliwości społecznej*.⁴⁶⁰ Następnego dnia, 22 września 2011 roku, na łamach Dziennika Zachodniego pojawiły się artykuł prasowy *Widzisz, słyszysz? Nie milcz, reaguj!* oraz wywiad z psychologiem Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach zatytułowany *Ta kampania pokaże nam jak się zachować i gdzie zadzwonić*. Wywiad ten pojawił się w tym samym dniu na stronie internetowej tej gazety pod tytułem *Kampania Nie reagujesz – akceptujesz pokaże nam, jak się zachować i gdzie zadzwonić*.⁴⁶¹

⁴⁵⁹ Materiał nie jest już ogólnodostępny. Uzyskałam go dzięki uprzejmości redaktora TVS Rafała Kuliga. Umieściłam go w chmurze w linku pod nazwą: [TVS Silesia „Policjant – Obywatel”](#).

⁴⁶⁰ <https://wiadomosci.onet.pl/slask/slaska-policja-uczy-wrazliwosci-spoecznej/qpdpc9b> dostęp 10.10.2012

⁴⁶¹ <https://dziennikzachodni.pl/kampania-nie-reagujesz-akceptujesz-pokaze-nam-jak-sie-zachowac-i-gdzie-zadzwoniec/ar/453257> dostęp 10.10.2022

Obecność kampanii jest widoczna w mediach masowych radiu i telewizji. Za przykład może posłużyć jedna z transmisji Polskiego Radia Katowice z 2014 roku.⁴⁶² W tym ponad trzyipółminutowym przekazie radiowym, reporterka Anna Gruszczyńska relacjonuje ceremonię wręczenia listu gratulacyjnego 29-letniej mieszkance Katowic, Pani Aleksandrze, która zatrzymała pijanego kierowcę. Z kolei w telewizji na uwagę zasługuje relacja z głównego wydania Aktualności TVP 3 Katowice z 25 września 2019 roku.⁴⁶³ Publikacja została przygotowana przez reporterów Angelikę Sitek i Ireneusza Kaznocha, gdzie autorzy tego nagrania przedstawiają sylwetki osób, które swoją postawą przyczyniły się do zatrzymania sprawców przestępstw. Została zatytułowana *Trwa kampania „Nie reagujesz – akceptujesz”*.



Ilustracja 12. Zapis obrazu materiału głównego wydania Aktualności TVP 3 Katowice z 25 września 2019 roku – dostęp online

Jednak najwięcej materiałów dostarczyła tradycyjna prasa. Nie jest to równoznaczne z najliczniejszym odbiorem, ponieważ radio a zwłaszcza telewizja generują masowe audytoria. Lecz przyjrzyjmy się szczegółowo pozyskanym danym z prasy.

⁴⁶² <https://radio.katowice.pl/zobacz,4802,Aleja-Dobrego-Smaku-Czarne-skrzynki-Zatrzymala-pijanego.html> dostęp 10.10.2022

⁴⁶³ <https://katowice.tvp.pl/43222828/kampania-nie-reagujesz-akceptujesz> dostęp 10.10.2022

Na uwagę zasługuje fakt, iż *Dziennik Zachodni* pisze o kampanii w dodatku poświęconym młodszemu pokoleniu – mowa o apendyksie *Dziennik Zachodni Junior Media*. Monitoring wykazał, iż w ciągu 11 lat trwania akcji, pojawiło się sześć publikacji skierowanych do młodych mieszkańców Śląska. Ostatni artykuł pojawił się 5 listopada 2013 roku i zgodnie z wyliczeniami Instytutu Monitorowania Mediów dotarł do 126 536 tysięcy odbiorców (ilustracja 15.).



Ilustracja 15. Artykuł *To oni zrobili najlepsze gazetki!*

Monitoring archiwalny wykazał, iż informacje dotyczące kampanii najczęściej pojawiały się w głównym wydaniu *Dziennika Zachodniego*. W badanym okresie pojawiło się 47 artykułów. Z kolei w jego lokalnych dodatkach informacje o zdarzeniach nawiązujących do akcji zostały zidentyfikowane w 22 apendyksach (74 publikacje), wśród których na prowadzenie wysuwa się *Dziennik Zachodni Nasz Tygodnik Częstochowa*, w którym w ciągu 11 lat pojawiło się 10 artykułów. Ostatni z materiałów, który pojawił się w *Dzienniku Zachodnim* w analizowanym okresie – z 15 września 2022 roku – dotarł do 59 tysięcy odbiorców (ilustracja 16.).

Na podwójnym gazie i bez uprawnień

Piotr Giastek
Lubliniec

Policja zatrzymała 56-letniego mieszkańca gminy Boronów, który zdecydował się na jazdę samochodem po alkoholu. Jego dziwny styl jazdy zaniepokoił innego uczestnika ruchu...

W niedzielę, 11 września parę minut przed 16 officer dyżurny lublinieckiej komendy otrzymał informacje od zaniepokojonego kierowcy, z której wynikało, że najprawdopodobniej nietrzeźwy kierujący porusza się drogą pomiędzy Boronowem a Olszyną.

Dzięki szczegółowym informacjom zawartym w zgłoszeniu policjanci wydziału ruchu drogowego szybko namierzili wskazanego kierowcę.

Badanie stanu trzeźwości mężczyzny siedzącego za kie-



Zatrzymany mężczyzna miał we krwi prawie 3,5 promila alkoholu!

rownicą potwierdziło przypuszczenia zgłaszającego. Policynny alkomat wykazał w organizmie 56-letniego mieszkańca gminy Boronów prawie 3,5 promila alkoholu. Ale na tym nie kończą się jego przewinienia.

W czasie kontroli okazało się, że mężczyzna siedząc za kierownicą złamał sądowy zakaz kierowania pojazdami. Być może dzięki zdecydowanej reakcji świadka oraz szybkiej interwencji mundurowych nie doszło do tragedii na drodze. Zatrzymany mężczyzna wkrótce stanie przed sądem. Grozi mu kara nawet 5 lat pozbawienia wolności.

Policja przypomina, że trwa kampania społeczna „Nie reagujesz - akceptujesz!”. Dzięki współpracy mieszkańców i świadków wiele razy zatrzymano już sprawców m.in. kradzieży, włamań, rozbojów, a także kierujących, którzy będąc pod wpływem alkoholu, prowadzili samochód. Funkcjonariusze w dalszym ciągu liczą na pomoc i dzielą się każdą informacją, która może przyczynić się do poprawy bezpieczeństwa. @

Ilustracja 16. Artykuł *Na podwójnym gazie i bez uprawnień*

Na uwagę zasługuje *Dziennik Zachodni* z 12 lipca 2012 roku. W jego głównym wydaniu Aldona Minorczyk – Cichy w artykule zaatutowanym *Jeśli komuś dzieje się krzywda, wezwij policję* „zaprasza” czytelników do specjalnego dodatku *Nie reagujesz - akceptujesz* (ilustracja 17.). Znajdujemy w nim m.in. wywiad z ówczesnym Komendantem Wojewódzkim Policji w Katowicach nadinspektorem Dariuszem Działo (ilustracja 18.), reportaż na temat bezpieczeństwa dzieci w regionie, artykuł dotyczący działań profilaktycznych policji prowadzonych w ramach akcji, a także bohaterских zachowania mieszkańców Śląska, którzy nie pozostali obojętni na przypadki łamania prawa (ilustracja 19.). W dodatku znalazł się także materiał dotyczący kradzieży kabli telefonicznych, w którym zwrócono uwagę na inny wymiar kampanii, jako tej, która „zachęca do dbałości nie tylko o własne dobro czy sąsiada, ale również do dbania o dobro wspólne” (ilustracja 20.). W apendyksie został ponadto zamieszczony wywiad z ówczesnym Marszałkiem województwa Śląskiego Adamem Matusiewiczem, zatytułowany „Nie bądź bierny – reaguj!” (ilustracja 21.). Nie zabrakło także krótkiego artykułu (ilustracja 22.), w którym zwrócono uwagę, iż do akcji prowadzonej przez śląską policję włączył się kierowca rajdowy Leszek Kuzaj (*Mistrz też wspiera akcję*). Ten specjalny dodatek do *Dziennika Zachodniego* dotarł do ponad stu tysięcy odbiorców.

Nie bali się przestępców, zareagowali i pomogli

W ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Bohaterowie

Bohaterowie

W Sławsku ma miejsce spotkanie z młodzieżą i osobami starszymi. W ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.



W spotkaniach z młodzieżą i osobami starszymi policjanci opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Rytmiki

Wzrost w rytmiki

Realizacja projektu w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Stwierdzenie

Stwierdzenie

Przez 12 miesięcy w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Wzrost w rytmiki

Wzrost w rytmiki

Realizacja projektu w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Stwierdzenie

Stwierdzenie

Przez 12 miesięcy w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Wzrost w rytmiki

Wzrost w rytmiki

Realizacja projektu w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.

Stwierdzenie

Stwierdzenie

Przez 12 miesięcy w ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.



Ilustracja 19. Artykuł Nie bali się przestępców, zareagowali i pomogli Źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Kradzież kabla telefonicznego niesie ze sobą realne zagrożenie dla życia oraz zdrowia

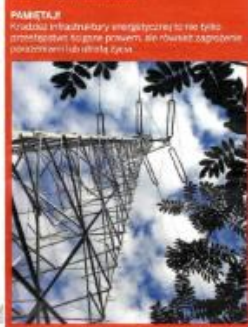
Tyżdzień temu w miejscowości... Kradzież kabla telefonicznego niesie ze sobą realne zagrożenie dla życia oraz zdrowia. W ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.



Zabójstwo kabla telefonicznego niesie ze sobą realne zagrożenie dla życia oraz zdrowia.

Złodziej porażony prądem

W miejscowości... Złodziej porażony prądem. W ramach kampanii społecznej „Nie reagujesz – akceptujesz” policjanci spotykają się z młodzieżą, osobami starszymi oraz innymi rzdowiskami. Na wszystkich tego typu spotkaniach polejano dołączają i reagowanie na wszelkie naruszenia i sprawy informowania policji o napadkach i zdarzeniach. Jednocześnie opowiadają o ludziach, którzy nie bali się za zgodności i zachęcają do brania odpowiedzialności i reagowania.



Złodziej porażony prądem.

- LICZBY MÓWIĄ**
- Numer krajowy (polski) linii energetycznych – 22 700 11
- Szeregowe linie telefoniczne – 22 845 45 41
- Karty telefoniczne (numerów) – 22 845 45 41
- Informacje o firmach, informacyjnych, elektronicznych, telefonicznych (numerów) 22 845 45 41, przy pomocy linii telefonicznych, linii telefonicznych, elektronicznych, telefonicznych (numerów) 22 845 45 41
- Liczba telefonów w województwie śląskim – 49 409
- W porównaniu z kwartałem 2011 do I kwartału 2012 ilość zdarzeń kradzieży kabli telefonicznych (numerów) 22 845 45 41, przy pomocy linii telefonicznych, linii telefonicznych, elektronicznych, telefonicznych (numerów) 22 845 45 41

Ilustracja 20. Artykuł Kradzież kabla telefonicznego niesie ze sobą realne zagrożenie dla życia i zdrowia

Nie bądź bierny – reaguj!

Chciałbym, by mieszkańcy województwa śląskiego podejmowali aktywną współpracę z policją i wszystkimi służbami odpowiedzialnymi za bezpieczeństwo publiczne



Mówi Adam Matusiewicz, marszałek województwa śląskiego

W wielu wywiadach dawał pan jako do zrozumienia, że zdecydowanie popiera pan akcję „Nie reaguj – akceptuj”. Dlaczego? Jestem przekonany, że to bardzo dobry sposób na uświadomienie nam wszystkim, że brak reakcji na nawet najdrobniejsze przestępstwa

ci czy chuligaństwa powoduje poczucie bezkarności sprawców i krocje atmosfery społecznego przyzwolenia na takie działania, co w konsekwencji osłabia poczucie naszego bezpieczeństwa. Uważam, że najwyższy czas sprzeciwić się takiemu stanowi rzeczy.

W bieleckim autobusie miało miejsce białe ciekawe zdarzenie: starszy pan postanowił uciążyć grupę restrykcyjnych młodzieńców. Gdy się „stawiali”, podszedł do wystraszzonego kierowcy i poprosił, żeby podjechał pod najbliższy posterunek policji. Poskutkowało. Czy pana zdaniem przestępcy obydwaj tak powściągliwie reagowali, żeby zmniejszyć plagę chuligaństwa?

To marniejszy przykład, bo pokazuje, że agresywni i hałaśliwi młodzi ludzie tworzą często pozory, żeby pokazać się przed rówieśnikami, zaszpanować. Przyglądam się więc do apelu o reagowanie na wszystkie wydarzenia stojące w sprzeczności z prawem, porządkiem społecznym i dobrymi obyczajami – zwłaszcza te drobne, które utrudniają nam codzienne funkcjonowanie. Chciałbym, by mieszkańcy wojewód-

stwa śląskiego podejmowali aktywną współpracę z policją i wszystkimi służbami odpowiedzialnymi za bezpieczeństwo publiczne. Jestem przekonany, że ta akcja zrodzi nową modę na reagowanie na przestępstwa czy akty wandalizmu i doprowadzi do tego, że będziemy się czuli odpowiedzialni nie tylko za siebie samych, ale także za innych i za środowisko, w którym żyjemy.

Jest pan znanym kibicem piłki nożnej. Zaliczył pan nawet jeden sezon gry w „B-klasie”. Czy dziś, jako kibic związany z GKS Katowice, nie obawia się pan wręczyć dwójce swoich dzieci – Ciek oraz Julia – i iść na mecz GKS-u kontra Ruch? Wbrew pozorom nie jest aż tak źle na derbowych meczach, jak to czasem pokazują niektóre media. Oczywiście, zwłaszcza pojawiają się agresywne kibice, ale nam, wręczając je na Śląsku, jedliłoby dobrze z nimi: radzi. Marzy mi się jednak stadion wypełniony rodzinami z dziećmi i atmosferą, jak na meczach irlandii. Jednak żeby tak było, sam musimy o to zadbać. Sami musimy włączyć policję

tych, którzy przysiądli na mecz po te, by wyświadzić i udzielić adretnalnej. Myślę, że świetnym rozwiązaniem na lato są „Orliki”, których w województwie śląskim powstało najwięcej. Byłem na większości otwartych „Orlików”, ich odbiór w samorządach jest świetny, a jeszcze lepszy wśród dzieci – do gry na rowach, boiskach, ciagle ustawiają się kolejki. Właśnie tam możemy nauczyć młodych ludzi, jak zachowywać się na boisku zgodnie z duchem sportu.

Notował: Mariusz Urbanek

„Świątynią rozwiązaniom na lato są „Orliki”. Właśnie tam możemy nauczyć dzieci, jak zachowywać się na boisku bez agresji, zgodnie z duchem sportu”

Ilustracja 21. Wywiad z marszałkiem województwa śląskiego Adamem Matusiewiczem



Leszek Kuzaj wiele razy udowodnił, że potrafi jeździć na wszystkim

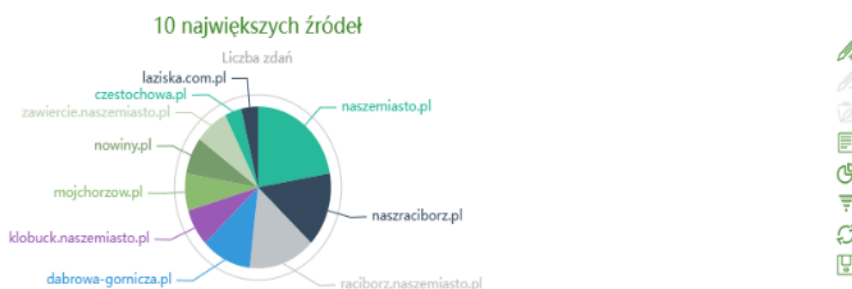
Leszek Kuzaj to jeden z najbardziej znanych i utytułowanych polskich kierowców rajdowych. Można więc się cieszyć, że zgodził się wesprzeć akcję „Nie reaguj – akceptuj”. Jego znana twarz niewątpliwie przyciągnie uwagę wszystkich, którzy zobaczą materiały promujące akcję.

Leszek Kuzaj to wielokrotnie zdobywał Rajdowe Samochodowe Mistrzostwo Polski. W mistrzostwach świata zadebiutował podczas Rajdu Tysiąca Jezior w 1998 roku. Na arenie międzynarodowej też odnotował wiele sukcesów. Ale zaczął od poczytowego fiata 126p, by przesiąść się później na cinquecento abarth, renault clio, mitsubishi lancer evo, subaru impreza WRC, toyota corolla WRC, peugeot 206 WRC, subaru impreza gr. N, peugeot 207 S2000, peugeot 307 WRC. Pochodzi z Krakowa, tak jak Robert Kubica, a pasję do rajdów przejął po ojcu, który był również kierowcą rajdowym w latach 60. i 70. XX wieku.

Ilustracja 22. Artykuł Mistrz wspiera akcję

8.1.2. Nowe media i media społecznościowe

Przeprowadzona analiza wykazała, iż o obecność kampanii w mediach w analizowanym okresie najbardziej zadbały lokalne portale internetowe. Widać ich dominującą rolę, zwłaszcza jednego z nich – mowa o lokalnym serwisie informacyjnym naszemiasto.pl należącym do Polskapresse. Dziesięć największych źródeł, w których pojawiały się informacje o przedsięwzięciu na przełomie trzech ostatnich miesięcy 2021 roku, zostały zaprezentowane na poniższym wykresie (15), który został wygenerowany przez MoncoPL.



Wykres 15. Zestawienie największych źródeł informacji o kampanii Nie reagujesz – akceptujesz

(październik – grudzień 2021)

Analizę materiału badawczego z nowych mediów opieram na wynikach dostarczonych przez wyszukiwarkę korpusową MoncoPL. Przekazy włączone do materiału (320 publikacji) są rzeczywistymi komunikatami o kampanii w mediach cyfrowych. Całość odnalezionego przez wyszukiwarkę materiału liczyła 1542 publikacje, jednak większość nie jest już dostępna. Do analizy włączyłam pełną wersję przekazów, do których dołączyłam 14 publikacji zidentyfikowanych za pomocą wyszukiwarki Google. Są one w źródłach oznaczone jako *Monco.pl. oraz wyszukiwarka Google*. Zostały umieszczone w jednej tabeli i stanowią materiał składający się z 334 publikacji, których autorami są profesjonalni dziennikarze. Zwracam jednak uwagę, iż większość tych publikacji stanowi odwzorowanie komunikatów pojawiających się na stronach internetowych jednostek terenowych Śląskiej Policji. Dziennikarz w takim przypadku podaje źródło pochodzenia publikowanego materiału. W zidentyfikowanym za pomocą wyszukiwarki MoncoPL materiale pojawiają się także publikacje ze strony internetowej Komendy Głównej Policji, których twórcami są policjanci (11).

Jeśli chodzi o Facebook, to w analizowanym okresie najwięcej, bo aż 47 publikacji pojawiło się 2021 roku. Najmniej, bo tylko 13 takich aktywności, odnotowano w 2012 roku. Natomiast od 21 września do 31 grudnia 2011, a więc w czterech pierwszych miesiącach trwania kampanii, zidentyfikowałam 17 postów. Na uwagę zasługuje fakt, iż w 2017 roku informacje dotyczące kampanii zostają zamieszczone na Facebooku przez Komendę Miejską Policji w Katowicach. Jest to warte uwagi, bowiem jest to pierwszy przypadek, kiedy śląscy policjanci wykorzystują *social media* w celach promocyjnych kampanii.

Intersująca okazała się problematyka, jaką użytkownicy Facebooka poruszają na swoich fanpejdżach, oraz stanowiska komentujących umieszczane pod postami nawiązującymi do kampanii. Zwracają w związku z tym uwagę na szereg kwestii: przemoc wobec dzieci, walka o prawa kobiet, walka z uprzedzeniami, dyskryminacja i selekcja ludzi, sprawa LGTB, walka ze smogiem, fajerwerkami, walka o prawa zwierząt, o prawdę w czasie pandemii, a także walka przeciwko segregacji sanitarnej. Poruszana została ponadto sprawa Ukraińców, a nawet pojawił się apel do rządu polskiego o wprowadzenie kary śmierci.

Za przykład obecności na blogach niech posłuży publikacja z 17 października 2011 roku, w której Piotr Koj – ówczesny Prezydent Bytomia – w swoim internetowym pamiętniku, mieszkańców tego miasta nazywa „liderami skuteczności kampanii Nie reagujesz – akceptujesz”⁴⁶⁴. Autor w swoich wywodach opisuje bohaterską postawę bytomianki, która pomogła ująć przestępcę.

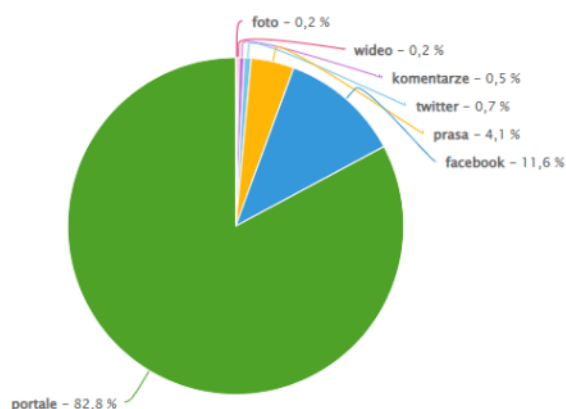
8.1.3. Obecność kampanii w mediach w 2022 roku na podstawie monitoringu archiwalnego Instytutu Monitorowania Mediów



Ilustracja 23. Chmura tagów – słowa najczęściej występujące w korpusie badawczym na podstawie tytułów publikacji;

⁴⁶⁴ <https://piotrkoj.pl/bohatera-bytomianka/> dostęp 08.03.2023

W drugiej części materiału uwzględniłam publikacje z 2022 roku. Powstał on w oparciu o monitoring, który został przygotowany przez Instytut Monitorowania Mediów (IMM). Zwiadomi zostały poddane: prasa, telewizja, radio, portale internetowe, blogi, fora internetowe, Facebook, Twitter, fotografie, materiały wideo, komentarze oraz podcasty. Monitoring IMM wykazał, iż tylko od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 roku w mediach opublikowano 603 materiały dotyczące kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”. Autorami tych publikacji są dziennikarze oraz reagujący na kampanię użytkownicy sieci, sporadycznie policjanci (15). Obecność kampanii najbardziej odnotowały portale internetowe (82.8%), a następnie Facebook (11.6%). Prasa uplasowała się na trzeciej pozycji (4,1%). Co się tyczy wpisów w mediach społecznościowych, to stanowiły one 0,5% źródeł zidentyfikowanych publikacji. Ogólna liczba wszystkich treści w analizowanym okresie została przedstawiona poniżej.



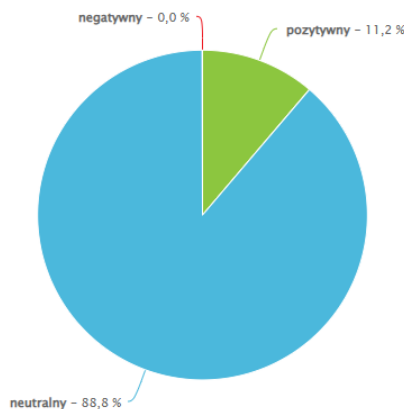
Wykres 16. Wpisy w mediach społecznościowych dotyczące kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Najwięcej materiałów dotyczących przedsięwzięcia pojawiło się w grudniu 2022. Raport podaje IMM w tym okresie 88 publikacji. Na uwagę zasługuje w tym miejscu tekst zatytułowany „ Zatrzymanie pijanego kierowcy na Dworcowej w Pszczynie. Zgłoszenie mieszkańca”, który został zamieszczony na portalu onet.pl 30 grudnia 2022 roku. Zgodnie z danymi IMM potencjalny kontakt z tą publikacją miało ponad 150 tysięcy osób. Wśród 34 publikacji największy zasięg został odnotowany w prasie. Mowa o artykule „Aż 8 tysięcy złotych kary dla pirata drogowego”, który został opublikowany 17 czerwca na łamach dodatku lokalnego „Dziennik Zachodni Bielsko – Biała”, który dotarł do ponad 45 tysięcy czytelników.



Ilustracja 24 Artykuł Aż osiem tysięcy złotych kary dla pirata drogowego .

Z analizy wydzwizku przeprowadzonej przez IMM, a więc z automatycznej oceny przekazu w kontekście konkretnego słowa kluczowego (*nie reagujesz – akceptujesz*) wynika, iż w badanym okresie nie ukazały się negatywne materiały o kampanii. Neutralną ocenę otrzymało 537 (na 603) publikacji, co wskazuje, iż w okolicy słowa kluczowego nie wystąpiły określenia nacechowane emocjonalnie. Z kolei pozytywnie zostało ocenionych 68 przekazów medialnych, co wskazuje, iż fraza *nie reagujesz – akceptujesz*, wystąpiła w kontekście pozytywnym. Opisany wydzwizk prezentuje poniższy wykres:



Wykres 17. Wydzwizk emocjonalny materiałów dotyczących kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Z analizy interakcji w social mediach wynika, że 84,8 % publikacji otrzymało polubienia, 10,8% zostało skomentowanych, a 4,4% zostało udostępnionych dalej, co zwiększyło ich zasięg, a ten w podziale na rodzaje mediów przedstawia się następująco. Największy udział przypadł portalom internetowym (60.9%), z kolei prasa z publikacjami dotyczącymi kampanii dotarła do 797 777 tysięcy czytelników, co stanowi 36.6% wszystkich odbiorców. Jeśli zaś

chodzi o łączny zasięg, to w ciągu dwunastu miesięcy potencjalny kontakt z publikacjami, które weszły w skład korpusu, miało ponad dwa miliony odbiorców (2 064 059).

Najbardziej aktywnym źródłem publikacji okazał się Facebook, na którym ukazało się 70 postów dotyczących kampanii. Przypomnę, że w ciągu 10 lat kampanii ta liczba wynosiła 208. Tym, który cieszył się największym zainteresowaniem i który dotarł do ponad sześciu tysięcy użytkowników, okazał się post zamieszczony przez *Dziennik Zachodni* 17 marca 2022 roku (ilustracja 25.).



Ilustracja 25. Zrzut ekranu użytkownika Dziennik Zachodni - Facebook

Wyselekcjonowany do analiz materiał źródłowy pozwala na wyciągnięciu kilku wniosków. Niewątpliwie kampania *Nie reagujesz – akceptujesz* od chwili jej inauguracji, przez blisko jedenaście lat nieustannego trwania, była i jest obecna w mediach. Wydaje się, że ciągle ma ten sam charakter, nie ważne czy czytamy o niej w prasie, internecie, oglądamy w telewizji, czy słuchamy w radiu. Można przyjąć, że jej założenia nie spotkały się więc z odrzuceniem ze strony mediów. Informacji na jej temat nie zabrakło zarówno w mediach cyfrowych, jak i masowych. Nie można jednak powiedzieć, aby jakoś szczególnie jej obecność została odznaczona w nowych nowych mediach, aczkolwiek i tam jej nie zabrakło, czego przykładem są dwa spoty reklamowe umieszczone na platformie YouTube. O obecność kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” w analizowanym w okresie, a więc od 21 września 2011 do 31 grudnia 2022, najbardziej zadbały portale internetowe. Taka tendencja jest najbardziej widoczna w 2022 roku, co wynika z danych IMM, gdzie spośród 603. zidentyfikowanych publikacji 82.8% pojawiło się na portalach internetowych. Istotną rolę odegrały tutaj lokalne portale, zwłaszcza serwis informacyjny naszemiasto.pl. Taki stan rzeczy wspiera postawioną w pracy hipotezę, że aktorzy są nierównomiernie angażowani w kampanię. Jeśli chodzi o media tradycyjne, to najwięcej materiałów na temat akcji dostarczyła tradycyjna prasa. Monitoring archiwalny Instytutu Monitorowania Mediów

komentarzy, w tym 65 ze wspomnianego portalu oraz 42 z lokalnych witryn internetowych, z których utworzyłam jedną bazę tekstów. Wykorzystałam do tego celu Korpusomat. W trakcie selekcjonowania materiału miałam na uwadze to, iż komentarze internetowe, to nie tylko autentyczne wypowiedzi internautów, lecz także komentarze internetowych botów, to jednak nie stanęło na przeszkodzie do kontynuowania zwiadu, w którym nie chodzi przecież o ustalenie tożsamości komentujących.

Podczas interpretacji zebranego materiału zwróciłam uwagę na powtarzające się motywy w argumentacji stosowanej w wypowiedziach internautów. Na podstawie zaobserwowanych tendencji można wywnioskować, iż negatywne i sceptyczne nastawienia do kampanii wynika z:

- braku zaufania do Policji,
- braku zaufania do wymiaru sprawiedliwości oraz pozostałych organów ścigania;
- przekonania o braku skuteczności działań policji;
- obawy o własne życie i zdrowie;
- obawy przed konsekwencjami prawnymi w przypadku zareagowania na przypadki łamania prawa;
- uwarunkowań historycznych, kulturowych.

Przyjrzyjmy się bliżej przykładom, które doprowadziły do powyższych wniosków. Oto komentarze⁴⁶⁵, które dostarczyły argumentów do wniosku o braku zaufania do Policji:

Zgadzam się z Panem Wojciechem. Na Policję nie można liczyć: „Są przypadki gdzie reagujesz, zostajesz pobity, a w odpowiedzi policjanta który przyjeżdża słyszysz - chcesz jechać to nie znaczy jechać.....”⁴⁶⁶

POLICJA CWANA ZŁAPIE PRZESTĘPCĘ A POTEM POWIE MU GDZIE MIESZKASZ CWANIACY.⁴⁶⁷

jazda po pijaku jest przestępstwem tylko i wyłącznie dlatego aby statystyki wykrywania przestępstw policji szły w górę. Zamiast łapać bandytów wystarczy stać z alkomatem a ciemny naród kupi wszystko co w tv usłyszy.⁴⁶⁸

⁴⁶⁵ Zapis według oryginału

⁴⁶⁶ <https://www.facebook.com/bielskiedrogi/posts/pfbid02ZVyKxQ1iMWAxWu8YxvAitNaj8zVskLRqpCGDcWG2vvvEB3WCNtypPP17dXiTTbsl> dostęp 03.03.2023

⁴⁶⁷ <https://www.facebook.com/asia.gonciarz.77/posts/pfbid0NrHEHL8avnDDRUCnUo5bceFTGDRPW3ibko4Vdj3yrXwclPsTkQB6DryUfT4nE7rGl> dostęp 03.03.2023

⁴⁶⁸ <https://www.facebook.com/bielskiedrogi/posts/pfbid0dSmXqSipZMxTfUnUzLHZMoJ7UfHw2fnQzjj9s5ZdyHVEK35f3Pj6wVcN96t9ebNUl> dostęp 03.03.2023

Komentujący przytaczają w swoich wypowiedziach sytuacje z życia wzięte, których sami doświadczyli, byli świadkami, a także o nich słyszeli:

Tylko, żeby jeszcze policja chciała reagować na sygnały i telefony. Dzwoniący narażają się na nieprzyjemności ze strony "klientów" a niestety stróżów prawa zazwyczaj to nie obchodzi. Piszę to z doświadczenia z myślowicką policją..⁴⁶⁹

miałem kiedyś taka sytuacje nawet na tej samej drodze gość jechał prawie odbijając się od barierki dzwoniąc pod 997 odezwała się policja w Cieszynie pani stwierdziła że już go nie do gonią i poinformuje drogówka z bb i też poinformowała że za 10km będzie w zasięgu bb i mam dzwonić tam i jak myślicie czy ktoś ogóle odebrał tel w bb ? wyjebane maja mogli być chociaż nikt nie podniesie słuchawki.⁴⁷⁰

„Nie reagujesz- akceptujesz!”. Parę razy nie zaakceptowałam, ale policja nie zareagowała i to bardzo zniechęca. Codziennie jestem świadkiem niszczenia dobra wspólnego, tzn parkingu przy ul. Katowickiej i zieleńca na skarpie, na utrzymanie którego miasto wydaje dużo pieniędzy. SM nie uświadczysz, a gimnastyka i miłośnicy "dopalenia" w pobliskim lokalu swinią, niszczą, zalamują potrzeby na skwerze i na to służby nie reagują. „Nie zaakceptujesz”, to jesteś poddany wnikliwemu przesłuchaniu, a reakcji brak!⁴⁷¹

W komentarzach pojawiały się także argumenty za brakiem skuteczności działania Policji. A zostały sprowokowane materiałem o kampanii, por.

chyba poproszę o azyl na ...Białorusi 😞 . Dlaczego ? bo w Polsce nie byłbym już bezpieczny Na stronie policji czytamy " Nie reagujesz - akceptujesz " , gdybym mieszkał w Mińsku na Białorusi to na pewno by zareagowali ... 😊 W sobotę rano ok. 6,10-12 kolejny raz w tym samym miejscu ten sam samochód potrącił pieszych idących chodnikiem - znaczy się potrącenie polegało na kontakcie człowiek samochód , kierujący zablokował cały chodnik , piesi musieli przechodzić po ruchliwej i wąskiej ulicy . Dodam że zgodnie z przepisami tam nie wolno parkować - ok 5 m od przejścia dla pieszych + zastawia kilka bardzo ważnych znaków . Telefon na policję - kierujący krzyczy policja h... mi robi . Zgłasza się dyżurny . Kierowca właśnie odjeżdża , dyżurny to słyszy . Zgłaszający podaje nr rej samochodu . Dyżurny jednak pyta o miejsce i markę wozu , kiedy zgłaszający podaje nr rej . dyżurny prosi aby poszedł na komisariat i tam dokonał zgłoszenia Ciekawe czego albo kogo boi się częstochowska policja ... Podobnie zakończyła się kolejna - ok 9 rano ale tym razem dyżurny podał adres komisariatu . Gdybym mieszkał w Mińsku lub Kijowie toooooo już by było o tym głośno ”.⁴⁷²

⁴⁶⁹ <https://www.facebook.com/portalitvm/posts/627673500664849> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁰ <https://www.facebook.com/bielskiedrogi/posts/pfbid0vEV7VCJJ4SjSGdH8R9LT7ZJmtveZrmwzN1NR2ZfBMf5hdZBUxkAV8QnZxsa6Agkdl> dostęp 03.03.2023

⁴⁷¹ <https://www.facebook.com/piotr.berghof/posts/pfbid0nfF7b1K9X4DKEWPrjQ2dYvcPacD3Ashg6Vxxqzy3jhYxq2ebUag8S79idRoQh6UFI> dostęp 03.03.2023

⁴⁷² <https://www.facebook.com/piotr.berghof/posts/pfbid02r43BdHXZVHbBtuwK4pm2QqwqY3asJkUyMoCzohdFUUa8BtRPHaFQ6JjSbo3k9hkol> dostęp 03.03.2023

*Ta, reagować powiadasz. Ostatnio zareagowałem, koleś wyskoczył z meczeta do mnie czy czymś podobnym uspokoił się dopiero jak wyjechałem swoim autem w jego. Policja stwierdziła że to samosad i głównie ich interesuje zaśmiecanie i groźby karalne.*⁴⁷³

*Ja już kilkakrotnie interweniowałam i zawiodłam się na naszej jastrzębskiej policji. Nie wierzę w ich skuteczność. Uważam, że nawet bez tej akcji każdy NORMALNY obywatel będzie reagował na zło, ale czy doczeka się policji? Niech nasi policjanci solidnie wezmą się do pracy!!!*⁴⁷⁴

Analiza zebranego materiału wykazała, iż niechęć do akcji wynika także ze obawy o własne życie i zdrowie, a także jest wynikiem lęku przed konsekwencjami prawnymi w przypadku zareagowania na przypadki łamania prawa:

*ludzie boją się reagować na takie typu problemy w trosce o swoje życie i zdrowie ale jak najbardziej gdy słyszymy awanture na klatce czy u kogoś w domu gdzie słyhać wrzaski płacz dzieci czy bitej kobiety to od razu zadzwonić na policję nie czekać i lepiej nie wtrącać się bo można samemu oberwać.*⁴⁷⁵

*Póki co, ludzie by częściej reagowali , gdyby mieli zagwarantowaną anonimowość. A jest tak, mieszkaniec zgłasza a na drugi dzień ma obite oko, poobijany samochód etc. W tej sytuacji możecie sobie robić....*⁴⁷⁶

*Bo jakbyśmy poszkodowali atakującego to sami pójdziemy siedzieć , takie nam prawo ustawiliście (y) , więc czego wy się w ogóle spodziewacie ????*⁴⁷⁷

Wydaje się, że sceptycyzm i negatywizm wobec akcji uwarunkowane są historycznie, a także kulturowo. Informowanie policji odruchowo kojarzy się społeczeństwu z naganną praktyką współpracy z jakąś inną instytucją. Nie bez znaczenia, że żyją Polacy, którzy w pamięci mają służby bezpieczeństwa i aparat partyjny PRL. Może nieść ze sobą także dylematy moralne i uruchamiać kontekst kapusia, szpicla, donosiciela. Oto przykłady, które pojawiły się w komentarzach internautów:

*ORMO powraca ??*⁴⁷⁸

Od łapania pijaków jest policja a zachęcanie do podpięprzanie ludzi jest oburzające.

Jak sobie wytnę drzewko na działce to też trzeba na mnie donieść??

*Jak policja każe nam kablować na ludzi którzy dają klapsy dzieciom to też trzeba to robić ??*⁴⁷⁹

⁴⁷³ <https://www.facebook.com/zalewnaklochechlo/posts/pfbid02m3sE5ZZGyK8SP1ZuYUBce1F2wFafEVdwQRAxbwNhBztM5EHMD12DagVtRdbsuGwl> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁴ <https://jastrzebieonline.pl/wiadomosci/196386-akcja-policji-nie-reagujesz-akceptujesz.html> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁵ <https://www.facebook.com/dzisiaj.w.gliwicach/posts/922519167789510> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁶ <https://www.portalsamorzadowy.pl/wydarzenia-lokalne/rusza-kampania-nie-reagujesz-akceptujesz,22340.html> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁷ <https://www.facebook.com/dzisiaj.w.gliwicach/posts/922519167789510> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁸ <https://www.facebook.com/iknurow/photos/a.655708657815689/1375721065814441> dostęp 03.03.2023

⁴⁷⁹ <https://www.facebook.com/iknurow/photos/a.655708657815689/1375721065814441> dostęp 03.03.2023

*Czyli robimy wylęgarnie KONFIDENTÓW I SPOŁECZNIAKÓW. Żyj z zasadami, nie współpracuj z psami..*⁴⁸⁰

*Powinni reaktywować ORMO 🤨” oraz „,To się teraz nazywa podobno po nowoczesnemu SYGNALISTA 🤨.*⁴⁸¹

Ostatnią grupą komentarzy, o których nie sposób nie wspomnieć, to te, będące przejawem negatywnego, a wręcz wrogiego nastawienia do osób reagujących na przypadki naruszenia prawa. Oto kilka przykładów:

*Bartosz konfituro sprzedałeś dobrych ziomków”*⁴⁸²

*Jebać konfidentów ...*⁴⁸³

*Jebany konfident...*⁴⁸⁴

Dali by chłopu spokój a tak rośnie nam grupa przyszłych ormowców..

*Konfidentów nie brakuje.*⁴⁸⁵

*Mnie natomiast bardziej zbulwersowała pani, która od razu zadzwoniła na Policję. Mogła podejść, zapytać co robi i dlaczego. Może faktycznie staruszek był w jakimś transie skoro nie umie tego racjonalnie wyjaśnić.*⁴⁸⁶

Zadaniem tego rozdziału było zilustrowanie mojego rekonesansu jaki odbiór społeczny zyskała kampania „Nie reagujesz – akceptujesz”. Analiza zidentyfikowanych komentarzy internetowych pozwala na wyciągnięcie następujących wniosków. Ilość osób komentujących świadczy o tym, iż do wielu z nich dotarła wieść dotycząca prowadzonej akcji. Aktywności tej nie można jednak porównać do zaangażowania w kampanię dziennikarzy oraz oficerów prasowych Policji. Te ostatnie dwie grupy nadawcze mają wiele więcej powodów, by propagować kampanię – jako instytucje i ich przedstawiciele. Prowadzona przez policjantów akcja daje asumpt ale i możliwość do powiedzenia czegoś ekspresyjnego. Na przedstawionych przykładach widać, iż internauci skłonni są raczej do negatywnych komentarzy – co wynika z natury ludzkiej. Kampania działa także reakcyjnie – ludzie komentują poboczne składniki pojawiającego się w sieci tekstu, czy postu. Krytyka i negatywizmy pojawiająca się

⁴⁸⁰ <https://jastrzebieonline.pl/wiadomosci/196386-akcja-policji-nie-reagujesz-akceptujesz.html> dostęp 03.03.2023

⁴⁸¹ <https://www.facebook.com/Zawiercie112/posts/pfbid0aDN3WRxTdsiA3cYHoGYdMxWgKwbDQ5D3iPYT8aWD1vvisEHwfQaXLcGuCfwfiM8FI> dostęp 03.03.2023

⁴⁸² <https://www.facebook.com/twojegliwice/posts/pfbid02yLTnsyCiamgmK9pG1rbLTuPp1nDBBoBtFFFx3Vvk2oRaVPT6sJ7YZRHaoeWJY2cZil> dostęp 03.03.2023

⁴⁸³ <https://www.facebook.com/waszymokiem/posts/pfbid02Y31MZxU9vNNw16JYGRcMULbhHz73UeHc25HpqTbwybWPEfAKsYkydDRKoYdZ9uub> dostęp 03.03.2023

⁴⁸⁴ https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid03m7GqvGWxHbjZjbQGceXUWuLyYxCTVDMLL2NUD7ndhvzeY2GWdSaJDvWMjb3Cjj11&id=1643852315915497 dostęp 03.03.2023

⁴⁸⁵ <https://www.facebook.com/Zawiercie112/posts/pfbid0q3q6dFWkFxxgdhr3zw5cxcsactvcv7rGXuqo9bQGfXGjTHqwtSDC9c1zShw5LitBql> dostęp 03.03.2023

⁴⁸⁶ <https://www.facebook.com/twojegliwice/posts/pfbid02SEK2wtysvBq5AKdLGABBPZJwTjhRBrTro5Jk7fYzPmGEX1wn5aEg3sSPZK58NQKKI> dostęp 03.03.2023

w komentarzach odnosi się nie tyle do prowadzonej kampanii, lecz do Policji. To skłania do potwierdzenia postawionej w pracy hipotezy o braku zmian nastawienia społeczeństwa do Policji. Prowadzona przez policjantów akcja niewątpliwie jest pozytywnym aspektem działalności tej formacji. Jednak przeprowadzona analiza nie wykazała, aby ta policyjna aktywność skierowana do mieszkańców województwa śląskiego zmieniła wizerunek Policji w społeczeństwie.

8.3. Dyskursywny obraz kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz

Dyskursywny obraz kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” niewątpliwie jest interakcyjny. To zderzenie perspektyw środowiska policyjnego ze społecznością lokalną. To obraz, w którym pojawiają się zarówno zwolennicy prowadzonego przez policjantów przedsięwzięcia, jak i jego przeciwnicy. Pojawiają się zatem treści pozytywne wobec głównego przekazu kampanii, ale nie brakuje też tych negatywnych. Nie można jednak powiedzieć, aby praktyki te odznaczyły się silnym oddziaływaniem społecznym. Wyprofilowany dyskursywny obraz kampanii pokazuje ją jako przedsięwzięcie stwarzające teren do praktykowania obywatelskości. Dyskursywny obraz kampanii to rzeczywistość, w której wszystkim jej aktorom przyświeca jeden cel – bezpieczeństwo w najbliższym otoczeniu. Policjanci poprzez swoje działania podejmują próbę aktywizowania społeczeństwa, aby reagowało na naruszenia prawa. Funkcjonariusze kreują i promują trend, aby reagować na przestępczość i jej nie akceptować. Chcą zatem wpłynąć na wzrost zaangażowania społeczeństwa we współtworzenie bezpieczeństwa, czemu m.in. ma służyć eksponowanie w komunikatach prasowych tych postaw mieszkańców, którzy działają w myśl prowadzonej przez policjantów kampanii. W dyskursywnym obrazie akcji swoje zastosowanie znajduje reguła społecznego dowodu słuszności Cialdiniego.⁴⁸⁷ Jak piszą Stawnicka i Klonowska: „Trudno nie zgodzić się z tezą, że im więcej ludzi jakoś postępuje, tym łatwiej kolejnym zachować się podobnie, gdy trudno przeciwstawić się pewnemu trendowi, łatwiej jednostkowym zachowaniom czy opiniom”.⁴⁸⁸ Wydaje się, że właśnie na to liczą policjanci, przytaczając w tekstach kampanii konkretne, altruistyczne postawy i reakcje społeczne, jako te, które winny być naśladowane.

⁴⁸⁷ Cialdini R. (2000): Wywieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka, GWP

⁴⁸⁸ Stawnicka J., Klonowska I. (2018): Rola pedagogiczno-wychowawcza Krajowej Mapy Zagrożeń Bezpieczeństwa – nowa forma dialogu społeczności lokalnej z Policją W: Resocjalizacja polska, 16, s. 86-87

Kampania wspierana jest przez elity symboliczne (najczęściej przedstawiciele władz samorządowych, organizacji społecznych), jak i przez zwykłych obywateli, którzy w myśl tego programu prewencyjnego reagują na przypadki łamania prawa (pośrednio lub bezpośrednio), nie akceptują ich oraz powiadamiają policjantów o ich zaistnieniu. Analiza policyjnych komunikatów prasowych kampanii wykazała, że mieszkańcy reagują nie tylko na przestępczość pospolitą, a więc: kradzieże, włamania, kradzieże samochodów, bójki i pobicia oraz przestępstwa rozbójnicze. W kampanii eksponowane są także inne kategorie tj. znęcanie się nad zwierzętami, próby samobójcze, nietrzeźwi kierujący, nietrzeźwi rodzice (opiekunowie), czy też akty wandalizmu. Tym kategoriom mieszkańcy Śląska także mówią *NIE*. Widać zatem, że sygnaliści zwracają się do policjantów w najróżniejszych sprawach, informują ich o najróżniejszych przypadkach, oczekując od nich reakcji albo schlebiają swojej społecznikowskiej postawie. W dyskursywnym obrazie kampanii jest też miejsce na ocenę prowadzonych przez policjantów działań. Ocena ta jednak, tak jak sam udział w kampanii, wynika z dobrowolności, a przede wszystkim z tzw. demokracji semiotycznej, na którą składają się trzy czynniki: semiotyzacja, demokratyzacja i polaryzacja komunikacji społecznej. Uwagę zwraca na to Piekot pisząc: „Dwa z nich (semiotyzacja i demokratyzacja – J.O.) mają charakter globalny, cywilizacyjny, trzeci natomiast (polaryzacja – J.O.) jest mocno zakorzeniony w polskim kontekście społeczno-politycznym”⁴⁸⁹. Dyskursywny obraz kampanii wynika zatem także z odzewów internautów, w których pojawiają się przypadki sporu zarówno o teksty, decyzje, funkcjonariuszy, sygnalistów, jak i pojedyncze słowa. Nie można na tej podstawie powiedzieć, aby teksty kampanii były konfliktogenne, bo mowa tutaj jedynie o jednostkowych, negatywnych reakcjach na przekazy publiczne dotyczące prowadzonej akcji. Można jednak stwierdzić, że zidentyfikowane w rozprawie reakcje na teksty kampanii przyjmują czasami postać społecznej debaty. Nie są to długotrwałe wymiany poglądów, a jedynie spontaniczne komentarze, wynikające z potrzeby chwili. Nadal jednak ważne, istotne i przede wszystkim słyszalne (widzialne). Ich pojawienie się świadczy o występowaniu w dyskursywnym obrazie kampanii postaw antagonistycznych.

Rzeczywistość akcji „Nie reagujesz – akceptujesz” opiera się na zasadach reguły wzajemności, gdzie dzięki informacjom od sygnalistów policjanci wchodzą w posiadanie wiedzy dotyczącej przypadków naruszenia prawa, ich lokalizacji czy też częstotliwości występowania. Informacje te przekazywane są najczęściej telefonicznie w sposób anonimowy. Sygnaliści przekazują więc Policji zadanie do wykonania. Wiedza na temat danego zdarzenia

⁴⁸⁹ Piekot T. (2016): *Mediacje semiotyczne. Słowo i obraz na usługach ideologii*, Warszawa, s. 14-15

pozwała policjantom jak najszybciej podjąć działania zmierzające do zidentyfikowania zagrożenia i jego eliminację, co przekłada się na poczucie bezpieczeństwa mieszkańców, ich komfort psychiczny, poczucie więzi, siły i wspólnoty. W ten oto sposób lokalne społeczności utwierdzają się w przekonaniu, że informowanie Policji ma sens. Dochodzi do łańcucha wymiany i relacji korzystnych dla mieszkańców oraz policjantów.

Do wytworzenia dyskursywnego obrazu kampanii posłużyły policyjne komunikaty prasowe, awatary, plakat kampanii, jej logo oraz spoty reklamowe. Dyskursywny obraz kampanii tworzony jest za pomocą informacji pojawiających się w mediach, nowych mediach, rzadziej w nowych nowych mediach, ale także w środowisku lokalnych społeczności w ramach akcji profilaktyczno-prewencyjno-informacyjnych.

Wnioski

Punktem centralnym w rozprawie było przeprowadzenie opracowania lingwistycznego policyjnej kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” przy uwzględnieniu i wyeksponowaniu praktyk dyskursywnych Policji oraz odbiorców kampanii w mediach masowych, nowych mediach i nowych nowych mediach. Narzędziami, które posłużyły do zbadania tak zarysowanego pola badawczego, były multimodalna analiza tekstu oraz analiza dyskursu. Aby sprostać tematowi rozprawy zastosowano także analizę pragmatyczną, stylistyczną, ikoniczną oraz multimodalną. Opisanie praktyki dyskursywnej kampanii zweryfikowały wiedzę na temat tego, jak aktorzy dyskursu policyjnego realizują wybrany jego wycinek, ściśle ukierunkowany, choć dający strategicznie większe możliwości niż inne obszary dyskursu policyjnego. Przeprowadzone w rozprawie badania pozwalają sformułować kilka wniosków dotyczących procesów zachodzących w ilustracji dyskursu policyjnego, jaką jest przedmiotowa akcja.

W toku przeprowadzonych badań nie zidentyfikowano dowodów, które potwierdziłyby, iż policyjna kampania zmieniła wizerunek Policji w społeczeństwie. Jednak na podstawie odnalezionych w mediach wypowiedzi policyjnych decydentów, a także w oparciu o policyjne statystyki można przyjąć, iż zaprojektowane praktyki dyskursywne kampanii są udaną próbą przełamania stereotypu na temat szeroko rozumianego informowania Policji, a więc poniekąd także i nastawienia do działań podejmowanych przez śląskich policjantów w celu poprawy bezpieczeństwa i porządku publicznego. W niespełna dwa lata po inauguracji tej policyjnej akcji dochodzi do podwojenia, a w niektórych przypadkach potrojenia skuteczności

działań Policji, co jest efektem informacji od obywateli. W ciągu kilkunastu lat trwania akcji obserwowalna jest także tendencja spadkowa, jeśli chodzi o przestępczość na Śląsku. Oczywiście uzyskane wyniki nie są tylko i wyłącznie spowodowane działaniami podejmowanymi w ramach tego przedsięwzięcia, a jednymi z wielu. Można zatem jedynie przyjąć, iż dyskursywne praktyki podejmowane przez policjantów w ramach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” zostały zauważone przez lokalne społeczności. Potwierdzeniem tego są dane Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach, gdzie w okresie od 2013 roku do końca października 2022 roku, dzięki reakcjom obywateli (pośrednim i bezpośrednim) w całym województwie śląskim policjanci zatrzymali na gorącym uczynku 148 957 sprawców przestępstw.⁴⁹⁰ Niewątpliwie wpływ na taki stan rzeczy mogły mieć spotkania profilaktyczne z mieszkańcami prowadzone od początku kampanii, w czasie których funkcjonariusze prezentowali główne założenia i cele przedsięwzięcia. Z policyjnych statystyk wynika, że w okresie od 2019 roku do pierwszego półrocza 2022 roku w całym województwie śląskim w ramach akcji „Nie reagujesz – akceptujesz” odbyło się 14 413 spotkań (młodzież, seniorzy, przedstawiciele spółdzielni mieszkaniowych).⁴⁹¹

Przedstawione w pracy policyjne statystyki są dowodem na to, iż prowadzona przez policjantów akcja spowodowała aktywizację lokalnych społeczności, aby te bez przymusu, z własnej woli, podjęły współpracę z Policją, w celu poprawy bezpieczeństwa w najbliższym otoczeniu. Współpraca ta oczywiście opiera się na powiadamianiu funkcjonariuszy o przypadkach naruszenia prawa, lecz wielu sytuacjach mieszkańcy sami decydowali się na ujęcie sprawców przestępstw czy też wykroczeń, by następnie przekazać ich w ręce policjantów. Poza przytoczonymi tutaj statystykami przeprowadzone w pracy analizy nie wykazały, aby bodźcem do takich postaw obywatelskich, była prowadzona przez policjantów akcja. Nie można także jednoznacznie stwierdzić, aby działania prowadzone przez policjantów wydobły potencjał czy też umiejętności społeczności. Niewątpliwie jednak opisywane w policyjnych komunikatach prasowych przypadki reagowania mieszkańców na naruszenia prawa w ich najbliższym otoczeniu są przykładem aktywności jednostek społecznych, dbałości o bezpieczeństwo w ich „małej ojczyźnie”. Należy jednak przyjąć, że podejmowane przez obywateli działania są wynikiem impulsu, niżeli hasła głoszonych w ramach kampanii, chodź i tej tezy nie można wykluczyć.

⁴⁹⁰ Pismo KWP Katowice GK 062-128/2909/22 z dnia 23.11.2022

⁴⁹¹ Tamże,

Przeprowadzone analizy wykazały, iż włączenie się wszystkich aktorów dyskursu do realizacji akcji, a więc policjantów, mieszkańców, a także elit społecznych, występuje w różnym stopniu nasilenia, co jest determinowane szeregiem czynników. Jeśli chodzi o zaangażowanie w kampanię policjantów, to niewątpliwie największą rolę należy przypisać oficerom prasowym Policji, bez których ilustracja dyskursu policyjnego nie miałaby racji bytu. Pełnią oni tutaj rolę najważniejszą, bo tworzą teksty kampanii, publikują je na stronach internetowych Policji, a także promują przedsięwzięcie we wszystkich śląskich miastach. A więc edukują, informują i pokazują wszystko to, co jest istotne z punktu widzenia kampanii, ale też Policji.

W dyskursie policyjnym, w odniesieniu do kampanii (ale nie tylko), mieszkaniec pełni równie ważną rolę, co policjant. Nie bez znaczenia pozostają także elity społeczne. Zaangażowanie w akcję zarówno mieszkańców, jak i elit symbolicznych jest niewielkie. Przeprowadzone analizy nie wykazały, aby kampania stanowiła dla nich teren do praktykowania obywatelskości. Wydaje się, że sytuacja ta wynika przede wszystkim z nieobligatoryjnego udziału aktorów i elit w kampanii.

Przeprowadzone analizy potwierdziły w części jedną z hipotez tej rozprawy, a mianowicie to, że kampania „Nie reagujesz – akceptujesz” realizuje założenia dyskursu policyjnego. Kampania jest ilustracją dyskursu policyjnego w sytuacjach działań terenowych, które są zaprojektowane jako działania prewencyjne. Innym znacznikiem dyskursu policyjnego jest temat kampanii, która traktuje o bezpieczeństwie. Jednak w pozostałych praktykach dyskursywnych: publikacjach medialnych, użycia logo, plakatu oraz emitowania spotów reklamowych kampania realizuje założenia dyskursu medialnego z użyciem typowych dla niego gatunków. Komunikaty prasowe są gatunkami informacyjnymi, a pozostałe wymienione egzemplifikacje akcji stanowią gatunki perswazyjne. Charakterystycznym aktorem tego dyskursu, czyli nadawcą nadrzędnym jest funkcjonariusz jako przedstawiciel instytucji.

Bibliografia

- Akeret U. D. (1975): *Photoanalysis. How to interpret the hidden psychological meaning of personal and public photographs.* New York: Ed. Thomas Humber
- Andrus, J. (2019). Identity, self and other: the emergence of police and victim/survivor identities in domestic violence narratives. *Discourse Studies*, 21(6)
- Awdiejew A., Habrajska G. (2006): *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask.
- Bergman O., 2014, *Kondycja reklamy prasowej i jej rynku w Drugiej Rzeczypospolitej w świetle opinii prasy specjalistycznej*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, t. XVII, z. 3 (35)
- Barańczak, S. (1975): *Słowo, perswazja, kultura masowa.* „*Twórczość*”, nr 7
- Bartmiński J.(2008): *Polifoniczność tekstu czy podmiotu? Podmiot w dialogu z samym sobą* W: *Podmiot w języku i kulturze*, Bartmiński J., Pajdzińska A. (red.)
- Bartmiński J. (2009): *Językowe podstawy obrazu świata.* Lublin
- Barthes R. (1996): *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, Warszawa, Wydawnictwo KR
- Bendel Larcher S. (2015): *Linguistische Diskursanalyse. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, Tübingen. Bendel Larcher
- Benneworth, K. (2009): *Police interviews with suspected paedophiles: A discourse analysis*” W: *Discourse & Society*, 20
- Bernstein D. (2004): *Billboard*, przeł. E. Ciszowska, Warszawa
- Bloch J. (2017): *Zawartość dynamiki w dynamicznym serwisie informacyjnym* W: *Poradnik językowy* Z. 7
- Borkowska K. (2018): *Charakterystyka policji jako grupy dyspozycyjnej w systemie bezpieczeństwa państwa*, W: *Eunomia*, 1(94)
- Bringhurst R. (2007). *Elementarz stylu w typografii.* Kraków: Wydawnictwo D2D
- Brzozowska D. (2014): *Dyskurs i jego kolokacje* W: *Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem* W: *Dyskurs w perspektywie akademickiej*, Materiały z międzynarodowego okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r., Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M., Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn
- Cassirer E. (1977): *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury.* Przeł. A. Staniewska. Wstęp B. Suchodolski. Warszawa. s. 115
- Cialdini R. (2000): *Wywieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka*, GWP
- Commons J.R. (1934): *Institutional Economics*, Macmillian, New York
- Czachur W., Pappert S. (2019): *Wizualny populizm: analiza praktyk multimodalnych na przykładzie plakatów wyborczych z Polski i Niemiec* W: *Tekst i dyskurs – text und diskurs* 12
- Czachur W.(2020): *Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy*, Wrocław

- Czapska J., Wójcikiewicz J. (1999): Policja w społeczeństwie obywatelskim, Zakamycze, Kraków
- Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A. (red.) (2010): Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego. Warszawa
- Dayan D., Katz E. (2008). Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo, tłum. A. Sawisz. Warszawa.
- Dąbmska I. (1973): O konwencjach semiotycznych”, *Studia Semiotyczne*, t. IV
- Długosz Z. (2010): Organy policyjne W: Organy korporacje ochrony państwa, Sagan S. (red), Wyd. Prawnicze LexisNexis, Warszawa
- Drabik L., Sobol E. (red.) (2007): Słownik języka polskiego, Warszawa
- Duszak A. (1998): Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa. Warszawa
- Edwards, D. (2006): Facts, norms and dispositions: practical uses of the modal verb would in police interrogations. W: *Discourse Studies* 8
- Felici J. (2007). Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu, przeł. M. Kotwicki, P. Biłda. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria
- Fleischer M. (1996): System polskich symboli kolektywnych. Wyniki badań empirycznych. Wrocław
- Fodor J. (1980): Imagistic representation W: *Readings in Philosophy of Psychology, Volume II*. Harvard University Press
- Foucault M. (1977): Archeologia wiedzy, przeł. A. Siemek, PWN, Warszawa
- Foucault M. (2002b): Porządek dyskursu. Tłum. Kozłowski M. Gdańsk,
- Foucault M. (2002a): Archeologia wiedzy. Tłum. Siemek Andrzej. Warszawa
- Foucault M. (2002): Porządek dyskursu: wykład inauguracyjny wygłoszony w College de France 2 grudnia 1970, przeł. M. Kozłowski, Gdańsk
- Frączek T. (1997): Zasady dobrego wychowania policjanta. Szczytno
- Fryszak P. (2018): Proces zmian systemu powiadamiania ratunkowego w Polsce – założenia, etapy, efekty W: *Zeszyty Naukowe SGSP nr 68/4*
- Gajda S. (1982): Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym. Warszawa-Wrocław
- Gajda S. (2005): Tekst/dyskurs oraz jego analiza i interpretacja. W: *Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze*. Red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów
- Gardt A. (2007): Diskursanalyse – Aktueller theoretischer Ort und methodische Möglichkeiten. W: Warnke, Ingo (ed.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände*. Berlin/New York,
- Gawryński R. (2020): Wybrane problemy działań prewencyjnych Policji W: *Zeszyty Naukowe SGSP, Nr 74/2/2020*

- Glover, K. S. (2007). Police discourse on racial profiling. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 23(3)
- Glynos J., Howarth D. (2007): *Logics of Critical Explanation in Social and Political Theory*. New York
- Grabias S.(1994): *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin
- Grabias S. (2003): *Język w zachowaniach społecznych*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin
- Grudecki M.(2018): Kilka słów o racjonalnym przestępcy w świetle wybranych nowelizacji Kodeksu karnego z lat 2015 – 2017 W: *Przegląd prawnó – ekonomiczny* nr 42/1
- Grzegorzczkowa R. (1998): *Głos w dyskusji o pojęciu tekstu i dyskursu*. W: *Tekst. Problemy teoretyczne.*, Bartmiński J, Boniecka B, (red.), Lublin
- Grzegorzczkowa R. (2008): *Wstęp do językoznawstwa*. PWN, Warszawa
- Grzmil-Tylutki H. (2010): *Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy*. Kraków
- Habermas J. (2002): *Teoria działania komunikacyjnego*. Tłum. Kaniowski Andrzej. T. 2. Warszawa
- Hinc B. (2020): *Dyskursywny obraz policji w czasie epidemii* W: *Półrocznik Językoznawczy Tertium*. *Tertium Linguistic Journal* 5 (2)
- Hofreiter L. (2012): *Wstęp do studiów bezpieczeństwa. Podręcznik dla studentów Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego*. Kraków
- Iedema R.(2013): *Multimodalna analiza dyskursu. Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*. Tłum. M. Żelewa. W: *Duszak A., i Kowalski G.(red.)*. *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*. Kraków: Wydawnictwo Universitas
- Jabłońska B. (2012): *Władza i wiedza w krytycznych studiach nad dyskursem – szkic teoretyczny* W: *Studia Socjologiczne*
- Jakubowicz K. (2011): *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Poltext, Warszawa
- Jäger S. (2001): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*, Duisburg
- Jupowicz-Ginalska A. (2010): *Syndrom wirującego bąka, czyli rzecz o autopromocji medialnej*. „*Studia Medioznawcze*” nr 3
- Kaczmarek J., Łepkowski W., Zdrodowski B. (red.)(2008): *Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego*, Warszawa
- Kamińska-Szmaj I. (1994:) *Judzi, zohydza, ze czci obdziera. Język propagandy politycznej w prasie w 1919–1923*, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław
- Kapuściński R.(1995): *Lapidarium II*, Warszawa
- Kawka M.(2012): *Sześć dyskursów o języku*. Skopie

- Kawka M. (2014): O badaniu języka dyskursu medialnego W: *Media i Społeczeństwo* 4,
- Kidwell, M., & Martinez, E. G. (2010): Let me tell you about myself: A method for suppressing subject talk in a 'soft accusation' interrogation. W: *Discourse Studies*, 12
- Kieraś W., Kobyliński Ł., Ogrodniczuk M. (2018): Korpusomat – a tool for creating searchable morphosyntactically tagged corpora, W: *Computational Methods in Science and Technology*, 24 (1)
- Kita M. (1993) *Perswazyjne użycie języka potocznego w kontakcie ogólnym* W: *Z problemów współczesnego języka polskiego*. Wilkoń A. ,Warchala J. (red)” Katowice
- Klimczak B. (2006): *Wybrane problemy i zastosowania ekonomii instytucjonalnej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław
- Kloch Z.(2006): *Odmiany dyskursu. Semiotyka życia publicznego w Polsce po 1989 roku*, Fundacja Rzecz Nauki Polskiej, Wrocław
- Kobylarek A. (2008): *Bierny obywatel* W: *Bierność społeczna. Studia interdyscyplinarne*, Keplinger A., ENETHEIA, Warszawa
- Kochańczyk R. Mięsiak P. (2019): *Leksykon terminów policyjnych*, Katowice
- Kołodziej J. (2017): *Obraz zagrożeń w polskiej świadomości społecznej w świetle krytycznej teorii bezpieczeństwa* W: *Przegląd politologiczny* nr 1
- Kosicka-Pajewska A.(2021): *Dramatyczność kolorów historii (The dramatic colors of history)*. „Przestrzenie Teorii” 36. Poznań, Adam Mickiewicz University Press
- Kowalik-Kaleta Z. (1982): *Miejsce kategorii nazw mieszkańców (Polanin, Francuz, warszawiak) oraz etników (Wiślanie, Litwini) w systemie językowym*, „Onomastica” XXVII
- Kress G. Van Leeuwen T. (1996): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London
- Kubanek A. (2013): *Stosowanie przymusu bezpośredniego wobec osób wykazujących zaburzenia psychiczne* W: *Studia z zakresu prawa, administracji i zarządzania UKW*, t. 4,
- Kurcz I. (2000): *Psychologia języka i komunikacji*. Warszawa, PWN
- Lalewicz J. (1983): *Retoryka kategorii osobowych*. W: *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, Dobrzyńska T., Janusz E. (red) Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław
- Laskowska E. (2014): *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Bydgoszcz
- Latoś, H. (1985): *Z historii fotografii wojennej*, Warszawa
- Leary M.R., Kowalski R.M. (1990): *Impression Management: A Literature Review and Two Component Model* W: *Psychological Bulletin*, nr 1 (107)
- Lee P., Kotler N.R. (2011): *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*, Sage Publications, Inc., Los Angeles-London-New Delhi-Singapore
- Lewiński P. (2017): *Retoryka jako narzędzie opisu komunikatów reklamowych* W: *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*. Wszolek M. (red.), Wrocław
- Levinson P. (2010): *Nowe nowe media*, WAM, Kraków

- Lisowska – Magdziarz M.(2006): Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Lisowska-Magdziarz M. (2006a): W Analizie tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów
- Loewe I.(2012): Gatunki perswazyjne w komunikacji społecznej. "Roczniki Humanistyczne" T. 60, z. 6
- Loewe I. (2013): Lingwistyka a media, „Tekst i Dyskurs”
- Loewe I. (2014): Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych W: Forum lingwistyczne nr 1
- Loewe I. (2016). Logowizualność, czyli słowo pisane w dyskursie telewizyjnym. W: Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. (red.) Dyskurs i jego odmiany, Katowice Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
- Loewe I. (2016): Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Loewe I. (2020): Sport, medium, dyskurs telewizyjny. Mediolingwistyczne rozważania o wpływie W: Zeszyty Prasoznawcze, t. 63, nr 2 (242)
- Lubaś W.(2003): Nazywanie osób w dialogu W: Porozmawiajmy o rozmowie. Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach nr 2137, red. Kita M., Grzenia J. , Katowice
- Lyons J. (1975): Wstęp do językoznawstwa. Przeł. Bogacki K. Warszawa
- Łuczak M. (2016): Dyskurs autopromocyjny w prasie religijnej na przykładzie tygodników „Gość Niedzielny” i „Niedziela” W: Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś, Kalisz A., Tyc E. (red.), Tom 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Łupiński J. (2009): Społeczny obowiązek zawiadomienia o przestępstwie. W: Prokuratura i Prawo, nr 1
- Mac A. (2022): Multimodalność przekazów medialnych – główne założenia analizy tekstów audiowizualnych na przykładzie telewizyjnej prognozy pogody. Perspektywa germanistyczna W: Prace językoznawcze XXIV/4
- Maciejewski J. (2014): Grupy dyspozycyjne. Analiza socjologiczna, Wrocław
- Maćkiewicz J. (2017): Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów W: Studia Medioznawcze, 2 (69)
- Majer P. (2020): O potrzebie uchwalenia nowej ustawy o Policji – uwagi na marginesie kilku projektów, W: Studia Prawnoustrojowe 50, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
- Malec M. (1998): Etonimy. Nazwy narodowości. Nazwy mieszkańców W: Polskie nazwy własne. Encyklopedia, red. Rzetelska-Feleszko E., Warszawa–Kraków

- Malinowska E. (2016): Dyskurs instytucjonalny w Polsce – dobre i złe praktyki komunikacyjne. W: Res Rhetorica 3
- Malinowska E. (2016): Dyskurs urzędowy we współczesnej polskiej przestrzeni publicznej W: Dyskurs w aspekcie porównawczym, Charciarka A., Zych A., Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Malinowska E. (2013): Kulturowe konteksty dyskursu urzędowego, W: Stylistyka XXII
- Mandelbaum J. (2003): How to 'Do Things' with Narrative. A Communications Perspective on Narrative Skill. W: Handbook of Communication and Social Interaction Skills. (Red.) Greene J.O., D.B. Burleson D.B., Mahwah
- Marcjanik, M. (1997): Polska grzeczność językowa. Kielce: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. J. Kochanowskiego
- Markowski A. (1999): Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN, Warszawa
- Mazur J. (2011): Ocena pracy Policji a poczucie bezpieczeństwa obywateli w oglądzie socjologicznym W: Przedsiębiorczość i Zarządzanie Tom XII – Zeszyt 2, s.93 Por. za Pieprzny S. (2003): Szczególne prawne formy działania organów bezpieczeństwa i porządku publicznego /zagadnienia wybrane W: Jednostka w demokratycznym państwie prawa, Filipek J. (red), Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku Białej, Bielsko Biała
- Mazur J. (2012): Komunikowanie się Policji ze społeczeństwem, organami administracji państwowej i samorządowej. Studium socjologiczne, Kraków
- McQuail D.(2007): Teoria komunikowania masowego, Bucholc M., Szulżycka A. (przekł), Goban-Klas T. (red.) Warszawa
- Mela M., Schulta V. (2016): Jak piękny jest ludzki głos! Techniki wizualizacji, mierzenia i deskrypcji ludzkiego głosu W: Lingwistyka Stosowana 19: 4
- Michalska – Żyła A. (2015): Między aktywnością a biernością. Postawy obywatelskie mieszkańców średnich miast, W: Obywatele wobec kryzysu, Misztala W., Kościański A., Chimiak G. (red.), Warszawa
- Milewski T. (1965): Językoznawstwo. Warszawa
- Mistewicz E. (2011): Marketing narracyjny. Jak budować historie, które sprzedają. Gliwice
- Morawski L. (1988): Argumentacje, racjonalność prawa i postępowania dowodowe, Toruń
- Morawski Z. (1999): Funkcjonowanie policji w strukturze społecznej, Wrocław
- Mruk H. (2004) Komunikowanie się w marketingu, PWE, Warszawa
- Niedzielski C. (1966): O teoretycznoliterackich tradycjach prozy dokumentarnej [podróż - powieść -reportaż], Toruń
- Nkengne A., Bertin C., Stamatias G.N., Giron A., Rossi A., Issachar N., Fertil B. (2008): Influence of facial skin attributes on the perceived age of Caucasian women, J Eur Acad Dermatol Venereol, vol. 22

- North D.C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, New York
- Nowak P. (2008): *Retoryka a propaganda polityczna*. W: *Retoryka*. Red. M. Barłowska M., Budzyńska -Daca A., Wilczek P. Warszawa
- Numan D.(1993): *Introducing discourse analysis*, Penguin, London 1993
- Ong W. (1992): *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Japola J. (przeł.), Lublin: Redakcja Wydwanictwo KUL,
- Ostolski A.(2013): *Dyskurs u władzy. Filozofia polityczna Michaela Foucaulta* W: *Etyka* nr 36
- Pacula J., Stępień T. (2017): *Ikonizacja komponentów werbalnych reklamy* W: *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*. Wszolek M. (red.)
- Piechota M. (2015): *Bohater „małego realizmu” – zwykły człowiek w reportażach Małgorzaty Szejnert („My, właściciele Teksasu”)* W: *Zeszyty Naukowe KUL* 58 nr 2 (230)
- Piekot T. (2006): *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*
- Piekot T. (2009): *Trzy sposoby rozumienia słowa dyskurs* W: *Wieloznaczność terminu dyskurs. Podejście i problemy badawcze w studiach nad dyskursem* W: *Dyskurs w perspektywie akademickiej, Materiały z międzynarodowego okrągłego stołu 3-5 kwietnia 2009 r.*, Mińsk, Białoruś, Uchwanowa-Szmygowa I., Sarnowski M.,Piekot T., Poprawa M., Zarzeczny G. (red.) Olsztyn,
- Piekot T. (2016): *Mediacje semiotyczne. Słowo i obraz na usługach ideologii*, Warszawa
- Pieprzny S.(2007): *Ochrona bezpieczeństwa i porządku publicznego w prawie administracyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
- Pieprzny S.(2012): *Administracja bezpieczeństwa i porządku publicznego*, Rzeszów
- Pisarek W.(2002):*Nowa retoryka dziennikarska*. Kraków: Universitas
- Pisarek W. (2002): *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*. Kraków
- Pisarek W.(2003): *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*. W: *Język perswazji publicznej*, Mosiołek-Kłosińska K., Zgółka T. (red.) Poznań
- Pisarek W. (2006): *Słownik terminologii medialnej*, Pisarek w (red.). Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków
- Pisarek W. (2007): *Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce. Sierpień 1980 – 13 grudnia 1981*, Universitas, Kraków,
- Praat, A. C., & Tuffin, K. F. (1996): *Police Discourses of Homosexual Men in New-Zealand*. *Journal of Homosexuality*, 31(4)
- Reisigl M., Warnke I. H. (2013): *Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Deskription, Präskription und Kritik – Eine Einleitung*, W: *Ulrike H. Meinhof, Martin Reisigl, Ingo H. Warnke (Hrsg.), Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Deskription und Kritik*, Berlin

- Rittei T. (1997a): Słowo w dyskursie edukacyjnym na temat wartości W: Dyskurs edukacyjny, red. T. Rittel i J. Ożdżyński, Kraków
- Rittel T. (1997b): Metafora kulturowa w Panu Tadeuszu A. Mickiewicza, Rocznik Naukowo - Dydaktyczny WSP w Krakowie z. 192, Prace Językoznawcze IX
- Ruta P.(2009):Fotografia prasowa: wybrane aspekty praktyczne. W: Rocznik Prasoznawczy 3
- Rutkowski M. (2016): Dyskurs urzędowy w ramach dyskursu instytucjonalnego W: Dyskurs i jego odmiany. Ficek E.,Sujkowska-Sobisz K., Witosz B. (red.), Katowice
- Schmitz U. (2016): Randgrammatik und Design W: IDS Sprachreport 3
- Schotter A. (2008): The Economic Theory of Social Institutions, Cambridge University Press, Cambridge
- Sikorska M. (2018): Teorie praktyk jako alternatywa dla badań nad rodziną prowadzonych w Polsce W: Studia Socjologiczne 2 (229)
- Siuciak M. (2016): Dyskurs publiczny w perspektywie diachronicznej W: Dyskurs i jego odmiany, Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. (red.), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
- Skowronek B. (2016): Dyskurs filmowy jako odmiana dyskursu medialnego W: Dyskurs i jego odmiany pod redakcją Bożeny Witosz, Katarzyny Sujkowskiej-Sobisz i Ewy Ficek Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego , Katowice
- Skuzza S. (2014): Rosso, giallo, blu. Un'analisi etnolinguistica sui colori primari in italiano e in polacco in prospettiva sincronica e diacronica. Toruń: Wydawnictwo UMK
- Słowiński P.(2021): Opowiadanie obrazem: autorski plakat społeczny W: Parezja 1(15)
- Sokołowski M. (2014) „Działalność prasowo-informacyjna instytucji publicznej na przykładzie polskiej policji”. Studia Politologiczne
- Stawnicka J. (2013): Dialogiczny wymiar bezpieczeństwa. Rzecz o polskiej Policji, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Stawnicka J.(2013): Budowanie autorytetu Policji (przez pryzmat założeń projektu badawczego „Komunikacja społeczna Policji” W: Autorytet w Policji, Hermanowski M., S. Weremiuk S. (red.) Poznań
- Stawnicka J. (2016): Dyskurs o bezpieczeństwie z perspektywy lingwosecuritologii. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
- Stawnicka J.(2020): Ewolucja priorytetów Komendanta Głównego Policji w kontekście zarządzania strategicznego w Policji W: Zarządzanie zmianą, innowacje – organizacje— bezpieczeństwo, Mazur J., Rojek-Adamek P., Tomczyk J. (red.), Kraków
- Stawnicka J., Klonowska I. (2018): Rola pedagogiczno-wychowawcza Krajowej Mapy Zagrożeń Bezpieczeństwa – nowa forma dialogu społeczności lokalnej z Policją W: Resocjalizacja polska 16

- Stawnicka J., Klonowska I.(2021): Działania wychowawczo-edukacyjne policjantów pierwszego kontaktu – dzielnicowych przez pryzmat wyników badań ogólnopolskich 2019–2020, W: Resocjalizacja polska 21
- Stöckl H. (2004): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. W: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 41,
- Stöckl H. (2015), Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej, W: R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski (red.), Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń, Wrocław–Drezno.
- Szacki J. (1997): Wstęp. Powrót idei społeczeństwa obywatelskiego, W: Ani książkę, ani kupiec – obywatel: idea społeczeństwa obywatelskiego w myśli współczesnej, Wydawnictwo Znak, Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków–Warszawa 1997
- Szmajke A. (2001): Autoprezentacja - niewinny spektakl dla innych i siebie W: Złudzenia, które pozwalają żyć, Kofta M., i Szutrowa T., Wydawnictwo PWN, Warszawa 2001
- Szpunar M. (2008): Czym są nowe media – próba konceptualizacji. W: Studia Medioznawcze 4 (35)
- Sztompka P. (2002): Socjologia: analiza społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków
- Tabakowska E. (1995): Gramatyka i obrazowanie. Wprowadzenie do językoznawstwa kognitywnego, Kraków
- Tarno J. (2005): Policja jako organ administracji o kompetencjach szczególnych W: Policja w strukturach administracji publicznej, Babiński A., Bogdalski P. (red.), Policja w strukturach administracji publicznej, Szczytno
- Tkaczewski D. (1996): Styl funkcjonalny języka czeskiej reklamy telewizyjnej. W: Rozwarstwienie stylistyczne języków słowiańskich: style funkcjonalne i stylizacje literackie, Międzynarodowa Konferencja Naukowa Katowice- Bytków 24-25.05.1996, Bluszcz A.J., Tkaczewski D. (red.), Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
- Toczyńska, B. (2006). Ruch w głosie. Ćwiczenia nie tylko dla dziennikarzy. Wydawnictwo Podkowa.
- Tyc E. (2018): Kawa czy herbata? Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy. Komunikat polimodalny z perspektywy lingwistyki dyskursu, Katowice
- Urzędowska A. (2019): Komentarz na facebooku jako quasi-gatunek internetowy – język i typologia. „Język. Komunikacja. Informacja”
- Warnke O., Ingo H. (2007): Diskurslinguistik nach Foucault Theorie und Gegenstände. Berlin/New York;
- Warnke I.H., Spitzmüller J: (2009): Wielopoziomowa lingwistyczna analiza dyskursu – DIMEAN, tłum. Waldemar Czachur, Kinga Zielińska, „tekst i dyskurs – text und diskurs” 2,
- Weryński P. (2016): Aksjologiczne bariery w rozwoju sfery publicznej. Studium lokalnego dyskursu publicznego W: Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 98

Willberg H.P., Forssman F. (2006). Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, przeł. M. Szalsza. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria

Winiarska J. (2016): Plakat jako przykład multimodalnego amalgamatu. *LingVaria*, 22

Witosz B. (2009): *Dyskurs i stylistyka*, Katowice

Witosz B. (2016): Czy potrzebne nam typologie dyskursu? W: *Dyskurs i jego odmiany*, red. E. Ficek, K. Sujkowska-Sobisz, B. Witosz, Katowice

Wojtak M. (2004): *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin

Wojtak M. (2011): O relacjach: dyskurs – styl – gatunek – tekst. „Tekst i dyskurs” 4

Wolińska O. (1987): *Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych*, Katowice

Wolny-Zmorzyński K. (2010): Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej. *Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego*, s.133,134

Wójcik K. (1997): *Public Relations od A do Z*, Warszawa

Veblen T. (1924): *Absentee Ownership and Business Enterprise in Recent Times: The Case of America*, London: George Allen & Unwin

van Dijk (1993b): *Analyzing Racism Through Discourse Analysis. Some Methodological Reflections*. W: *Race and Ethnicity in Research Methods*, Stanfield J.(red.). Newbury Park, CA: Sage

van Dijk T. (1993c): *Discourse and Cognition in Society*. W: *Communication Theory Today*. Crowley D., Mitchell D.(red.), Oxford: Pergamon Press

van Dijk T. (red), (2001): *Dyskurs jako struktura i proces*, Warszawa PWN

van Dijk T.A. (2001): *Badania nad dyskursem* W: *Dyskurs jako struktura i proces*, van Dijk T.A. (red.), Warszawa

Żałazińska A. (2016): *Obraz – słowo – gest*. Kraków

Zawadowski L. (1966): *Lingwistyczna teoria języka*, Warszawa

Żabiński G. (2019): Zarządzanie wizerunkiem polskiej Policji jako element kształtowania poczucia bezpieczeństwa obywatel W: *Współczesne aspekty relacji i komunikacji*, Grzegorz A. (red.), Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa

Żydek-Bednarczuk U.(2005): *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Kraków

Żydek-Bednarczuk U. (2013): *Dyskurs medialny*. W: Malinowska E., Nocoń J., Żydek-Bednarczuk U., red.: *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*. Kraków

Źródła prawne:

1. Ustawa o Policji z dnia 6 kwietnia 1990 r. Dz.U.2023.171 t.j.
2. OBWIESZCZENIE MINISTRA SPRAW WEWNĘTRZNYCH I ADMINISTRACJI z dnia 14 maja 2020 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia

Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie szczegółowego trybu postępowania przy udzielaniu wyróżnień policjantom - Dziennik Ustaw - rok 2020 poz. 893

3. Zarządzenie nr 805 Komendanta Głównego Policji z dnia 31 grudnia 2003

Pisma Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach:

Pismo KWP Katowice nr GK-062/2909/22 z dnia 23 listopada 2022

Pismo KWP Katowice nr GK 062 -128/22/197/23 z dnia 20 stycznia 2023

Pismo KWP Katowice nr GK 062 -128/22/559/23 z dnia 17 lutego 2023

Pismo KWP Katowice nr GK-062/128/22/1615/23 z dnia 17 maja 2023

Pismo KWP Katowice nr GK-062/128/22/1615/23 z dnia 17 maja 2023

Netografia

Balczyńska – Kosman A.(2013): Język dyskursu publicznego w polskim systemie politycznym, <https://doi.org/10.14746/ssp.2013.2.08> s. 143 dostęp 28.02.2023,

Blair J.A. (2015). Probative Norms for Multimodal Visual Arguments. *Argumentation*, 29(2), s. 218, <http://doi.org/10.1007/s10503-014-9333-3> dostęp 29.01.2023

Brzostowska B. (2012): Dyskurs medialny w najnowszej refleksji metodologicznej (recenzja tomu: Wodak R., Krzyżanowski M., red., 2011: Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych. Warszawa). „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” VIII, <http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/19-cz-4-recenzje-brzostowska.pdf> s. 216 dostęp 03.03.2023,

Boersma, D. Weenink, Praat: doing phonetics by computer, wersja 5.4.17 (program komputerowy), 2015, <http://www.praat.org>. dostęp 15.05.2023

Czachur W. (2010): Niemiecka lingwistyka dyskursu. W: *Stylistyka XIX* - <https://czasopisma.uni.opole.pl/index.php/s/article/view/3582> dostęp 15.04.2023

Czachur W. (2011): Dyskursywny obraz świata W: tekst i dyskurs – text und diskurs, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/7075> s. 86 dostęp 17.04.2023

Czachur W. (2022): Czy jest lingwistyka dyskursu? <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21957> s. 81, 87, 91 dostęp 01.04.2023,

Golda P., Jedzinka A., Mężyk J., Ryszka J., Uchman T. (2022) Colour Terms in Five Linguistic Images of the World: The Semantic Perspective W: *GEMA Online Journal of Language Studies* Volume 22(4), November 2022 <https://ejournal.ukm.my/gema/article/view/51871/13507> s.44,47 dostęp 10.01.2023

Karwacka M.: Marketing społeczny, <http://www.spolecznieodpowiedzialni.pl/files/file/on08vplw7ctjowgvuihdefmbrqs1td.pdf> s.48 dostęp 02.07.2014

Kiklewicz A. (2020): O sugestywnym stylu tekstu,
[http://www.journ.msu.ru/downloads/2022/Number_6_2020%20\(2\).pdf#page=25](http://www.journ.msu.ru/downloads/2022/Number_6_2020%20(2).pdf#page=25) s.31 dostęp 05.05.2023

Kuder D.: Pojęcie instytucji w teorii ekonomii dostęp online:
<https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/0961e17a-64fd-4ed6-86a0-949cda6c5c1b/content>, s.87 dostęp 10.04.2023

Laskowska E. (2016) Style dyskursu publicznego
https://www.ukw.edu.pl/jednostka/elzbieta_laskowska/artykuly/str/0 dostęp 28.02.2023

Nijakowski L.: Analiza dyskursu na temat mniejszości narodowych i etnicznych w polskich miastach, s. 12 www.racjonalista.pl/kk.php/s,4820, dostęp 31.11.2014

Puszka M.: Moralne problemy fotografii prasowej, www.latarnik.idkonsult.net dostęp: 20 maja 2006

Pęzik P. (2020): Budowa i zastosowania korpusu monitorującego MoncoPL. Forum Lingwistyczne, 7(7), 133-150. <https://doi.org/10.31261/FL.2020.07.11> s. 134 dostęp 10.06.2023

Rudnicka M.(2016): Ogólna charakterystyka Policji jako formacji uzbrojonej i umundurowanej oraz jej wielowymiarowość <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=472292> dostęp 15.01.2023

Skowronek, K. (2016): Nazwy własne jako symptomy kultury (na przykładzie tytułów poradników autoterapeutycznych [Proper names as symptoms of culture (based on the example of auto-therapeutic guidebooks titles)] W: *Onomastica*,60, s. 52
<https://dx.doi.org/10.17651/ONOMAST.60> dostęp 10.09.2022

Sławkowa E.: Dyskursywnie o dyskursie,
https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/9474/1/BAJ_6_2006_E_Slawkowa_Dyskursywnie_o_dyskursie.pdf s. 91,93dostęp 10.03.2023

Żak M. (2018): Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku policji. W: *Media i społeczeństwo* 8 <http://archiwum.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/08/08-Zak.pdf> dostęp 17.05.2023

<https://wsjp.pl/haslo/podglad/18406/stroz-prawa> hasło : stróż prawa dostęp 08.05.2023

<https://sjp.pwn.pl/szukaj/reakcja.html> hasło: reakcja dostęp 12.01.202

<https://sjp.pwn.pl/szukaj/akceptacja.html> hasło: akceptacja dostęp 12.01.2023

<https://korpusomat.pl/overview> (dostęp 05.05.2023)

<https://encenc.pl/antykwa/> dostęp 30.01.2023

<http://www.spbn.gov.pl/> dostęp 7.02.2015

<http://www.praat.org>. dostęp 15.05.2023

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Alizaryna> dostęp 30.01.2023

<https://wiadomosci.onet.pl/slask/drugi-etap-kampanii-nie-reagujesz-akceptujesz/fx8dynr> dostęp z dnia 02.01.2023

<https://wiadomosci.onet.pl/kraj/zabojstwo-16-letniego-eryka-za-takie-czyny-powinna-byc-kara-smierci/knyv5bj> wypowiedz z 03.03.2023 „Śmiertelne pobicie 16-latka z Zamościa. Są zatrzymani” dostęp 17.05.2023

<https://www.youtube.com/watch?v=G7MjOcphvvg> dostęp 10.01.2023

https://www.youtube.com/watch?v=7_RLQe4Nvsw dostęp 10.01.2023

<https://www.facebook.com/AktualnosciTVP/videos/211108812289364> dostęp 10.01.2023

<https://piotrkuj.pl/bohatera-bytomianka/> dostęp 08.03.2023

http://policja.eprace.edu.pl/630,Geneza_pojecia_%E2%80%9E_policja_%E2%80%9D.html dostęp 28.03.2023

<https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolec/nie-reagujesz-akceptuje> dostęp 31.03.2023

<https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolec/nie-reagujesz-akceptuje?page=55> dostęp 20.04.2023

<https://slaska.policja.gov.pl/kat/prewencja/akcje-i-kampanie-spolec/nie-reagujesz-akceptuje> dostęp z dnia 10.04.2023

<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęp 11.04.2023

<https://siemianowice-slaskie.policja.gov.pl/k23/informacje/wiadomosci/58098,Nie-zostawiaj-dziecka-w-aucie-podczas-upalu-film.html?search=1484395> dostęp 10.12.2022

Spis fotografii:

Fot. 1. List gratulacyjny KMP Bielsko – Biała – źródło: <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuj/337655,Podziekowania-dla-bohaterskiego-taksowkarza.html> dostęp 02.01.2023

Fot.2. List gratulacyjny KMP Tychy – źródło: <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/269357,Przekazala-policjantom-cenne-znalezisko.html> dostęp 02.01.2023

Fot. 3 Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło: <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/120456,Klobuccy-policjanci-na-wakacyjnych-polkoloniach.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 4 Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji - źródło: <https://zory.policja.gov.pl/k31/informacje/wiadomosci/74734,quotNie-reagujesz-akceptujeszquot.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 5. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/prewencja/prewencja-w-czestochow/22257,Prelekcja-w-szkole-w-Skrzydlowie.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 6. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://zawiercie.policja.gov.pl/k30/informacje/wiadomosci/73419,Bezpieczna-zima-w-Ogrodziencu.html> dostęp 12.12.2022

Fot. 7. Fot. 6. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/38849,Konkurs-w-klubie-quotAtoquot.html> dostęp 12.12.2022

Fot. 8 Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło: <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/38905,Bezpieczni-uczniowie-z-Panek.html> dostęp 12.12.2022

Fot. 9. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/38848,Pogadanka-w-ramach-kampanii-Nie-reagujesz-akceptujesz.htm> dostęp 15 luty 2023

Fot. 10. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://chorzow.policja.gov.pl/ka5/informacje/wiadomosci/15283,Zatrzymany-za-wlamanie.html> dostęp 14.02.2023

Fot. 11. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/prewencja/prewencja-w-czestochow/22262,Razem-o-bezpieczenstwie.html> dostęp 15.02.2023

Fot. 12. Przykład użycia plakatu jako narzędzia promującego kampanię oraz formę wizualizacji prowadzonej akcji – źródło:
<https://lubliniec.policja.gov.pl/k13/informacje/wiadomosci/39807,Przeciw-demoralizacji-i-przestepczosci-nieletnich.html> dostęp 13.02.2023

Fot.11 Logo kampanii jako punctum fotografii – źródło: <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/101770,Z-kampania-w-ZST-Wodzislav-Slaski.html> dostęp 19.02.2023

Fot. 12. Fotografia mandatu – źródło: <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/339160,8-tysiecy-zlotych-mandatu-dla-wlasciciela-samochodu.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 13. Uścisk dłoni – źródło:
<https://katowice.policja.gov.pl/k14/informacje/wiadomosci/344125,Podziekowania-dla-kobiety-ktora-obronila-ukrainskiego-nastolatka.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 14. Uścisk dłoni – źródło: <https://wodzislaw-slaski.policja.gov.pl/k28/informacje/wiadomosci/273383,Komendant-podziekowal-za-obywatelska-postawe.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 15. Uścisk dłoni – źródło: <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/185447,Komendant-podziekowal-za-ujecie-sprawcy-rozboju.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 16. Uścisk dłoni – źródło: <https://pszczyzna.policja.gov.pl/k19/informacje/aktualnosci/216650,Bohaterska-para-z-Pszczyny-przyjela-podziekowania-od-starosty-i-komendata.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 17. Uścisk dłoni: źródło: <https://rudaslaska.policja.gov.pl/k21/informacje/wiadomosci/343177,Komendant-podziekowal-za-pomoc-w-zatrzymaniu-przestepcy.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 18. Uścisk dłoni: źródło: <https://jaworzno.policja.gov.pl/k11/informacje/wiadomosci/260493,Komendant-podziekowal-mieszkancowi-miasta-za-wzorowa-postawe-obywatelska.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 19. Uścisk dłoni – źródło: <https://swietochlowice.policja.gov.pl/k25/informacje/aktualnosci/264661,Nie-reagujesz-akceptujesz-Odebral-podziekowania-za-wzorowa-postawe-w-trackie-nar.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 20. Uścisk dłoni – źródło: <https://zabrze.policja.gov.pl/k29/informacje/wiadomosci/204111,Komendant-podziekowal-za-pomoc-w-zatrzymaniu-przestepcy.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 21. Uścisk dłoni – źródło: <https://zawiercie.policja.gov.pl/k30/informacje/wiadomosci/107285,Narada-roczna.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 22. Uścisk dłoni – źródło: <https://bytom.policja.gov.pl/ka4/bezpieczenstwo/nie-reagujesz-akceptuje/175414,Dzieki-pracownicy-banku-emerytka-nie-stracila-pieniedzy.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 23. Uścisk dłoni – źródło: <https://czestochowa.policja.gov.pl/ka7/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/335761,Komendant-podziekowal-mieszkancom-za-pomoc.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 24. Uścisk dłoni – źródło: <https://tarnowskie-gory.policja.gov.pl/k26/informacje/wiadomosci/268652,Komendant-podziekowal-za-wzorowa-postawe-obywatelska.html> dostęp 12.03.2023

Fot. 25. Gadżety stosowane w celach promocyjnych kampanii – źródło: KWP Katowice: GK 062 – 128/22/559/23 z dnia 17 luty 2023

Fot. 26. Kubki na napoje stosowane w celach promocyjnych kampanii – źródło: <https://swietochlowice.policja.gov.pl/k25/informacje/aktualnosci/295850,IX-Swietochlowicki-Piknik-Organizacji-Pozarzadowych.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 27. Zakładanie kajdanek zatrzymanemu sprawcy – źródło: Źródło:
<https://swietochlowice.policja.gov.pl/k25/informacje/aktualnosci/177073,Bandyta-zatrzymany-dzieki-reakcji-swiadka.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 28. Umieszczenie zatrzymanego sprawcy w celi – źródło:
<https://cieszyn.policja.gov.pl/ka6/informacje/wiadomosci/17035,Mieszkancy-reaguja-policjanci-zatrzymuja.html> dostęp 12.02.2023

Fot. 29. Doprowadzenie zatrzymanego sprawcy do radiowozu policyjnego – źródło:
<https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/314956,Swiadek-uslyszal-brzek-tluczonego-szkl-a-reszte-zrobili-policjanci.html> dostęp 12.02.2023

Fot.30. Doprowadzenia zatrzymanego sprawcy do jednostki Policji – źródło:
<https://katowice.policja.gov.pl/k14/prewencja/nie-reagujesz-akceptuj/209895,Swiadek-zareagowal-i-zatrzymal-zlodzieja.html> dostęp 12.02.2023

Fot.31. Fotografia redaktora Marka Durmały – źródło:
<https://www.wirtualnemedi.pl/artypul/marek-durma-la-w-info-wieczor-w-tvp-info> dostęp 18.05.2023

Spis tabel:

Tabela 1 Zestawienie emocji ewokowanych przez komunikaty prasowe kampanii; opracowanie własne

Tabela 2. Przykłady wartościowanie pozytywnego i negatywnego w tekstach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” opracowanie własne;

Tabela 3. Środki nazywające wartości w kampanii w odniesieniu do mieszkańców Śląska oraz ich działań; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu

Tabela 4. Środki nazywające wartości w kampanii „ Nie reagujesz – akceptujesz” (sprawcy przestępstw); badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu;

Tabela 5. Analiza wydźwięku emocjonalnego słów użytych w tekstach kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu;

Tabela 6. Wydźwięk emocjonalny komunikatu prasowego „Nie reagujesz – akceptujesz!” badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu;

Tabela 7. Analiza multimodalna spotu *Kradzież kabli* – źródło:
<https://www.youtube.com/watch?v=G7MjOcpvhwg> dostęp 22.05.2023

Tabela 8. Analiza multimodalna spotu *Kradzież samochodu* – źródło:
https://www.youtube.com/watch?v=7_RLQe4Nvsw dostęp 10.01.2023

Spis wykresów:

Wykres 1. Układ dyskursów (tematów cząstkowych) skoncentrowanych wokół dyskursu policyjnego oraz kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”; opracowanie własne

Wykres 2. Przepiępstwa ogółem – Źródło <http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 3. Przepiępstwa kryminalne – Źródło
<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 4. Udział w bójce lub pobiciu - Źródło:
<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 5. Kradzież z włamaniem – Źródło:
<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 6. Kradzież cudzej rzeczy - Źródło:
<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 7. Kradzież samochodu - Źródło: <http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 8. Przepiępstwa rozbójnicze – Źródło:
<http://bip.katowice.kwp.policja.gov.pl/KWK/stan-bezpieczenstwa/294,Stan-bezpieczenstwa.html> dostęę 15.05.2023

Wykres 9. Hierarchiczny układ nazw sygnalistów kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” opracowanie własne.

Wykres 10. Częstotliwość występowania przępstw pospolitych w tekstach kampanii „Nie reagujesz - akceptujesz”; badania własne z wykorzystaniem Korpusomatu.

Wykres 11. Analiza koloru czerwonego w plakacie kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” - Źródło: darmowa aplikacja telefoniczna Color Analysis Roy Leizer dostęę 20.01.2023

Wykres 12. Dynamika frazy „nie reagujesz – akceptujesz” , opracowanie własne – Źródło: P. Boersma, D. Weenink, Praat: doing phonetics by computer, wersja 5.4.17 [program komputerowy], 2015, <http://www.praat.org> dostęę 15.05.2023

Wykres 13. Dynamika frazy „nie reagujesz – akceptujesz”, opracowanie własne – Źródło: P. Boersma, D. Weenink, Praat: doing phonetics by computer, wersja 5.4.17 [program komputerowy], 2015, <http://www.praat.org> dostęę 15.05.2023

Wykres 14. Ranking indeksu gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego na 2022 rok – Źródło: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_4560 dostęę 10.03.2023

Wykres 15. Zestawienie największych źródeł informacji o kampanii Nie reagujesz – akceptujesz (październik – grudzień 2022) Źródło: MoncoPL dostęę 13 marca 2023

Wykres 16. Wpisy w mediach społecznościowych dotyczące kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” - Źródło: Monitoring IMM – moduł analityczny dostęę 7.03.2023

Wykres 17. Wydźwięk emocjonalny materiałów dotyczących kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz” - źródło: Monitoring IMM – moduł analityczny dostęp 7.03.2023

Spis ilustracji:

Ilustracja 1. Chmura tagów - słowa kluczowe występujące w kampanii, wygenerowane przy użyciu Korpusomatu

Ilustracja 2. Plakat kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”

Ilustracja 3. Konfiguracja znaków ikonicznych plakatu kampanii „Nie reagujesz – akceptujesz”,

Ilustracja 4. Przykład użycia plakatu kampanii w komunikatach nie nawiązujących wprost do prowadzonej akcji – źródło: <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/4746,Zatrzymany-zlodziej.html> dostęp 10.02.2023

Ilustracja 5. Przykład użycia plakatu kampanii w tekście nawiązującym do prowadzonej akcji - źródło: <https://bielsko-biala.policja.gov.pl/ka2/informacje/wiadomosci/5132,Pijany-za-kierownica-skradzonego-auta.html> dostęp 12.02.2023

Ilustracja 6. Awatar komunikatu „Pijana „opieka” – źródło: <https://tychy.policja.gov.pl/k27/informacje/wiadomosci/214778,Pijana-quotopiekaquot.html> dostęp 12.02.2023

Ilustracja 7. Logo kampanii Nie reagujesz – akceptujesz.

Ilustracja 8. Logo kampanii użyte w fotografiach – źródło: <https://klobuck.policja.gov.pl/k12/bezpieczenstwo/kampania-nie-reagujesz/279219,Odebrali-kluczyki-kierowcy-ktory-mial-pon> dostęp 12.02.2023

Ilustracja 9. Logo kampanii użyte w fotografiach - <https://raciborz.policja.gov.pl/k20/informacje/wiadomosci/322287,Mlodzi-mezczyzni-zareagowali-i-uniemozliwili-dalsza-jazdepijanemu-46-letniemu-k.html> dostęp 12.02.2023

Ilustracja 10. Przykład połączenia awataru z logo kampanii – źródło: Źródło: <https://rybnik.policja.gov.pl/k22/prewencja/nie-reagujesz-akceptuje/169331,Znecal-sie-nad-psem.html> dostęp 14.02.2023

Ilustracja 11. Chmura tagów – słowa najczęściej występujące w korpusie badawczym na podstawie tytułów publikacji, wygenerowane przy użyciu Korpusomatu

Ilustracja 12. Zapis obrazu materiału głównego wydania Aktualności TVP 3 Katowice z 25 września 2019 roku – źródło: <https://katowice.tvp.pl/43222828/kampania-nie-reagujesz-akceptujesz> dostęp 10.10.2022

Ilustracja 13. Chmura tagów - najczęstsze słowa w korpusie badawczym (tytuły prasowe - Dziennik Zachodni), wygenerowane przy użyciu Korpusomatu

Ilustracja 14. Artykuł Widzisz, słyszysz? Nie milcz, reaguj! - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z dnia 22 września 2011 roku.

Ilustracja 15. Artykuł To oni zrobili najlepsze gazetki! - źródło: Dziennik Zachodni – Junior Media wydanie z 5 listopada 2011

Ilustracja 16. Artykuł Na podwójnym gazie i bez uprawnień - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 15 września 2022.

Ilustracja 17. Artykuł Jeśli komuś dzieje się krzywda, wezwij policję - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 18. Wywiad z Komendantem Wojewódzkim Policji w Katowicach nadinspektorem Dariuszem Działo – źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 19. Artykuł Nie bali się przestępców, zareagowali i pomogli - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 20. Artykuł Kradzież kabla telefonicznego niesie ze sobą realne zagrożenie życia i zdrowia - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 21. Wywiad z marszałkiem województwa śląskiego Adamem Matusiewiczem - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 22. Artykuł Mistrz wspiera akcję - źródło: Dziennik Zachodni wydanie z 12 lipca 2012.

Ilustracja 23. Chmura tagów – słowa najczęściej występujące w korpusie badawczym na podstawie tytułów publikacji, wygenerowane przy użyciu Korpusomatu

Ilustracja 24. Artykuł Aż osiem tysięcy złotych kary dla pirata drogowego - źródło Dziennik Zachodni Bielsko – Biała wydanie z dnia 17.06.2022

Ilustracja 25. Zrzut ekranu użytkownika Dziennik Zachodni - Facebook – źródło: <https://www.facebook.com/dziennikzachodni/posts/pfbid0peZzPng433hE2o7xaZYU9haRMs7oPdr4iRmR1Uu7XfruDYxDB3Ng33VaYU3ukWuvl> dostęp 02.03.2023

Ilustracja 26. Chmura tagów – słowa najczęściej występujące w komentarzach internetowych, wygenerowane przy użyciu Korpusomatu

Źródła:

[Nie reagujesz - akceptujesz - materiał](#) :

1. Korpus komunikatów medialnych oficerów prasowych (1766)
2. Monitoring archiwalny Instytutu Monitorowania Mediów (IMM) 01.01.2022 – 31.12.2022 (603 publikacje)
3. Monitoring archiwalny Instytutu Monitorowania Mediów (IMM) Dziennik Zachodni 21.09.2021 – 31.12.2022 (128 publikacji)
4. Publikacje n/t kampanii MonocoPL oraz Google 21.09.2011 – 31.12.2021 (334 publikacje)

5. Obecność kampanii na Facebooku w latach 2011 – 2021 (208)
6. Plakat i logotyp kampanii
7. Spoty kampanii:
 - Kradzież kabli
 - Kradzież samochodu
8. Materiał TVS Silesia „Policjant – Obywatel”
9. Linki do materiałów kampanii