

Retoryka i ideologia w hasłach politycznych Polski XX i XXI wieku¹

Rhetorik und Ideologie in den politischen Parolen Polens im 20. und 21. Jahrhundert

Der Beitrag ist der Monographie von Marta Śleziak, „Głosuj, broń, wybieraj. Polskie hasła polityczne z lat 1918–2020“, gewidmet, die eine der umfassendsten und interdisziplinärsten Studien zur Entwicklung der politischen Sprache in Polen darstellt. Ziel des Beitrags ist es, die Bedeutung dieser Publikation für die aktuelle Forschung zur politischen Kommunikation, zur öffentlichen Rhetorik sowie zu den sprachlichen und ideologischen Mechanismen der Konstruktion symbolischer Gemeinschaften aufzuzeigen. Die besprochene Monographie bietet eine diachrone Analyse polnischer politischer Parolen, die sich über mehr als ein Jahrhundert erstreckt: von der Wiedererlangung der Unabhängigkeit im Jahr 1918 bis in das Zeitalter der digitalen Medien. Im Beitrag wird der interdisziplinäre Charakter von Śleziaks Analyse hervorgehoben: Sie verbindet sprachwissenschaftliche, rhetorische, semiotische und kulturwissenschaftliche Perspektiven zu einem kohärenten Modell der Interpretation politischer Sprache. Die Autorin zeigt, dass die politische Parole nicht nur eine sprachliche Form ist, sondern auch einen performativen Akt und einen Träger von Ideologie darstellt – einen Raum, in dem Sprache, Emotion und Macht in eine dynamische Beziehung treten. In ihrem Werk unterscheidet Śleziak drei grundlegende Entwicklungsphasen polnischer politischer Parolen. In der Zeit der Zweiten Republik erfüllten sie eine staatstragende und mobilisierende Funktion, die der nationalen Integration und der Stärkung des bürgerlichen Gemeinschaftsgefühls diene. In der Volksrepublik Polen wandelten sie sich zu einem Element der rituellen Propagandasprache, die durch syntaktische Symmetrie und Depersonalisierung des Ausdrucks gekennzeichnet war und den offiziellen ideologischen Diskurs festigte. Nach 1989 wurden politische Parolen zunehmend kommerzialisiert und personalisiert; sie entwickelten sich zu Instrumenten des politischen Marketings, das auf Emotionen, Imagebildung und mediale Sichtbarkeit ausgerichtet ist. Die Monographie stellt einen wichtigen Bezugspunkt für die gegenwärtige Forschung zur politischen Sprache und zum ideologischen Diskurs im Polen des 20. und 21. Jahrhunderts dar. Zugleich inspiriert sie zu einer weiterführenden Reflexion über die Rolle der Sprache bei der Formung gesellschaftlichen Bewusstseins und nationaler Identität sowie über die Beziehung zwischen Kommunikation, Emotion und Macht in der medialisierten Demokratie.

Schlüsselwörter: politische Parole, politische Sprache, öffentlicher Diskurs, Rhetorik, Ideologie, politische Kommunikation

Rhetoric and Ideology in Polish Political Slogans of the 20th and 21st Centuries

The paper is devoted to Marta Śleziak's monograph „Głosuj, broń, wybieraj. Polskie hasła polityczne z lat 1918–2020“, which represents one of the most comprehensive and interdisciplinary studies of the

¹ ŚLEZIAK, Marta. *Głosuj, broń, wybieraj. Polskie hasła polityczne z lat 1918–2020*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2025, 352 s.

development of political language in Poland. The aim of this paper is to demonstrate the significance of this publication for current research on political communication, public rhetoric, and the linguistic and ideological mechanisms involved in constructing symbolic communities. Śleziak's monograph offers a diachronic analysis of Polish political slogans spanning more than a century: from the restoration of independence in 1918 to the age of digital media. The interdisciplinary character of Śleziak's study is particularly noteworthy: it combines linguistic, rhetorical, semiotic, and cultural perspectives into a coherent model for interpreting political language. The author shows that the political slogan is not merely a linguistic form but also a performative act and a carrier of ideology – a space in which language, emotion, and power interact dynamically. In her work, Śleziak distinguishes three fundamental stages in the development of Polish political slogans. During the period of the Second Republic (1918–1939), slogans fulfilled a state-building and mobilizing function, serving national integration and the strengthening of civic identity. In the People's Republic of Poland (1945–1989), they evolved into elements of a ritualized propaganda language, characterized by syntactic symmetry and depersonalization, which reinforced the official ideological discourse. After 1989, political slogans became increasingly commercialized and personalized, transforming into instruments of political marketing focused on emotion, image-building, and media visibility. Śleziak's monograph constitutes an important point of reference for contemporary research on political language and ideological discourse in twentieth- and twenty-first-century Poland. At the same time, it inspires further reflection on the role of language in shaping social consciousness and national identity, as well as on the interrelations between communication, emotion, and power in a mediatized democracy.

Keywords: political slogan, political language, public discourse, rhetoric, ideology, political communication

Author: Mariusz Jakosz, University of Silesia in Katowice, gen. Stefana Grota-Roweckiego 5, 41-200 Sosnowiec, Poland, e-mail: mariusz.jakosz@us.edu.pl

Received: 27.10.2025

Accepted: 3.11.2025

1. Wprowadzenie

Hasła polityczne stanowią jedno z kluczowych narzędzi komunikacji w przestrzeni publicznej. Ich zwięzłość, rytmiczność i sugestywność sprawiają, że stają się one nośnikami idei, wartości oraz emocji, które w sposób skondensowany wyrażają stanowisko określonego ugrupowania lub ruchu politycznego (por. Guziak 2021: 217–218, Śleziak 2021: 84). Dzięki swej formule – będącej skrótem myślowym i emocjonalnym komunikatem – hasła te są zdolne nie tylko mobilizować społeczne postawy, lecz również budować wspólnoty symboliczne. W dyskursie politycznym nie istnieją wypowiedzi neutralne: każdy akt językowy uczestniczy w procesie konstruowania relacji władzy, reprodukcji hierarchii społecznych oraz legitymizowania określonego porządku ideologicznego (por. van Dijk 2006: 374–375). Hasło polityczne pełni zatem funkcję podwójną: z jednej strony jest narzędziem perswazji, mającym na celu zdobycie poparcia, z drugiej zaś mechanizmem utrwalania bądź podważania obowiązujących struktur społecznych i aksjologicznych.

Z perspektywy retorycznej hasło polityczne można uznać za wypowiedź apelatywną, ukierunkowaną na wywołanie określonej reakcji odbiorcy: działania, emocji lub identyfikacji z nadawcą (por. Szczepankowska 2002: 179, Śleziak 2021: 84–85). Retoryka polityczna wykorzystuje w tym celu zarówno klasyczne środki stylistyczne – powtórzenia,

antytezy, paralelizmy czy rytmizację – jak i nowoczesne strategie komunikacyjne, tj. personalizację przekazu, emocjonalne nacechowanie, skrótowość oraz odwołania do wspólnych wartości i doświadczeń zbiorowych. Hasło polityczne jest zatem nie tylko konstruktem językowym, lecz również retorycznym aktem performatywnym, który ma moc wytwarzania społecznych znaczeń. Jak zauważa Kolczyński (2008: 325), skuteczność hasła zależy od jego „pamiętliwości językowej”, czyli zdolności do trwałego zakorzenienia w świadomości społecznej dzięki prostocie, rytmowi i emocjonalnemu ładunkowi. W tym sensie hasło polityczne można postrzegać jako formę językowego mitu, czyli symbolicznego komunikatu, który przekracza literalne znaczenie i odwołuje się do aksjologicznych fundamentów zbiorowości, wzmacniając poczucie wspólnoty symbolicznej.

W ujęciu ideologicznym każde hasło polityczne jest nośnikiem określonej wizji świata: sposobu rozumienia relacji między jednostką a wspólnotą, państwem a obywatelem, władzą a społeczeństwem. Nie jest ono zatem wyłącznie narzędziem retorycznym, lecz również kanałem ekspresji ideologicznej, w którym ujawniają się wartości konstytutywne dla danej formacji politycznej, takie jak wolność, równość, naród, sprawiedliwość, bezpieczeństwo czy godność. Jak podkreśla Filipczak-Białkowska (2018: 16–18), ideologia warunkuje sposób postrzegania rzeczywistości i kształtowania językowych reprezentacji świata, podczas gdy retoryka nadaje tym reprezentacjom odpowiednią formę komunikacyjną. Oba te elementy tworzą nierozzerwalny układ: retoryka formuje ideologiczny przekaz, a ideologia dostarcza mu sensu i treści. W tym sensie hasło polityczne staje się miejscem spotkania języka i ideologii – kondensacją światopoglądu, w którym semantyka i emocja współtworzą przekaz o charakterze mobilizującym i symbolicznie tożsamościowym.

2. Ewolucja polskich haseł politycznych w latach 1918–2020

Monografia Marty Śleziak „Głosuj, broń, wybieraj. Polskie hasła polityczne z lat 1918–2020” stanowi znaczący wkład w badania nad językiem polityki oraz komunikacją społeczną w Polsce. Autorka podejmuje ambitne zadanie prześledzenia ewolucji polskich haseł politycznych na przestrzeni ponad stulecia: od momentu odzyskania niepodległości w 1918 roku po współczesność. Książka jest efektem wieloletniej, rzetelnie przeprowadzonej kwerendy, obejmującej materiały archiwalne, prasowe, kampanijne, propagandowe oraz współczesne treści funkcjonujące w przestrzeni cyfrowej.

We wstępie Śleziak precyzyjnie określa cele badawcze i przyjętą metodologię. Interesuje ją nie tylko struktura językowa i retoryczna haseł, lecz także ich funkcja społeczna i kontekst historyczny. Hasło polityczne autorka definiuje jako skrótowy komunikat perswazyjny, w którym kondensują się ideologiczne przekonania, wartości i emocje danej epoki. Łączy przy tym narzędzia analizy językoznawczej, retorycznej i semiotycznej, odwołując się również do teorii dyskursu i komunikacji masowej. Interdyscyplinarny charakter pracy pozwala spojrzeć na hasła zarówno jako na zjawisko językowe, jak i kulturowe, co nadaje analizie wyjątkową głębię interpretacyjną.

Część poświęcona okresowi II Rzeczypospolitej otwiera analizę diachroniczną, ukazując początki nowoczesnej polskiej komunikacji politycznej. Śleziak wskazuje, że po 1918 roku hasła pełniły funkcję państwowotwórczą, mobilizacyjną i integracyjną. Ich celem było wzmocnienie poczucia narodowej jedności oraz kształtowanie nowego typu obywatelskości w społeczeństwie odradzającego się państwa. Analizując hasła takie jak *Głosuj za Polską!*, *Praca dla Polski – Polska dla pracy* czy *Wychowujemy dzieci na gorących Polaków!*, autorka pokazuje, że charakteryzowały się one prostą, rozkazującą składnią, rytmicznością i patosem wspólnoty. Ich skuteczność opierała się na emocjonalnym rezonansie społecznym oraz odwołaniu do wartości wspólnych: niepodległości, solidarności, ofiarności i obowiązku. W kontekście świeżo odzyskanej suwerenności język polityki miał charakter formacyjny, tj. kształtował nową świadomość obywatelską i pełnił funkcję edukacyjną, ucząc uczestnictwa w demokracji. W latach 30. XX wieku, wraz z umacnianiem się obozu sanacyjnego, nastąpiło przesunięcie akcentów: język haseł uległ centralizacji i ideologizacji. Formuły takie jak *Silna Polska – dobrobyt mas pracujących* czy *W jedności siła! Siła zapewnia zwycięstwo!* podkreślały znaczenie autorytetu władzy i jedności politycznej. Mimo to hasła tego okresu zachowały podstawowe cechy polskiego języka polityki: rytmiczność, skrótowość, apelacyjność i patos wspólnoty. Śleziak interpretuje hasła II RP jako język narodowego projektu modernizacyjnego – nie tylko narzędzie perswazji, ale i medium, poprzez które społeczeństwo konstruowało swoją tożsamość oraz symboliczny mit odrodzonej Polski.

Rozdział dotyczący PRL należy do najbardziej wnikliwych części monografii. Śleziak analizuje ewolucję języka propagandy, wskazując na jego schematyzm, rytualność i podporządkowanie celom ideologicznym. W pierwszych latach po wojnie dominowały hasła mobilizacyjne, odwołujące się do etosu pracy i odbudowy (*Przez współzawodnictwo odbudujesz kraj*, *Plan 6-cio letni naszym wkładem w walce o pokój*). Ich rytmiczność i emfaticzność wzmacniały emocjonalne zaangażowanie odbiorców, budując wspólnotę wysiłku narodowego. Z czasem jednak język propagandy uległ rytualizacji. W latach 60. i 70. hasła przybrały formę sformalizowanych formuł o przewidywalnej strukturze (*Program partii programem narodu*, *Partia kierownicza siłą narodu*), charakteryzujących się paralelizmem składniowym i depersonalizacją. Jak zauważa autorka, utrata konkretnego adresata i powtarzalność formuł doprowadziły do erozji funkcji perswazyjnej: hasła stały się elementem rytuału językowego, potwierdzającego władzę, lecz niezdolnego do mobilizacji społecznej. Śleziak z dużą wnikliwością opisuje także zjawisko kontrdyskursu, tj. oddolnych, ironicznych reinterpretacji sloganów propagandowych w języku potocznym. Parodie i gry słowne z oficjalnymi hasłami, np. przewrotne wersje sloganu *Socjalizm – tak, wypaczenia – nie*, stanowią przykład obywatelskiego oporu symbolicznego. Autorka dowodzi, że w przestrzeni PRL współistniały dwa obiegi dyskursu: oficjalny, instytucjonalny, oraz nieoficjalny, subwersywny, w którym język stawał się narzędziem ironii i dystansu wobec władzy.

Rozdziały dotyczące okresu po 1989 roku ukazują radykalną transformację polskiego języka polityki. Wraz z upadkiem systemu komunistycznego i narodzinami demokracji

nastąpiło przejście od scentralizowanego modelu komunikacji propagandowej do pluralistycznego, rynkowego modelu komunikacji politycznej. Hasło zaczęło funkcjonować w logice marketingu, personalizacji i konkurencji wizerunkowej. W kampaniach lat 90. pojawiły się formuły promocyjne i emocjonalne, takie jak *Zgoda buduje*, *By żyło się lepiej* czy *Polska jest najważniejsza*, zbliżone do języka reklamy komercyjnej i odwołujące się do indywidualnych aspiracji obywateli. W pierwszych dekadach XXI wieku Śleziak zauważa dalszą emocjonalizację i uproszczenie języka haseł – ideologia zostaje zastąpiona przez emocję i branding. W epoce mediów społecznościowych hasło polityczne przybiera formę komunikatu memetycznego lub hashtagowego (*Damy radę*, *Silni razem*, *Jedziemy dalej*). Tego typu formy mają charakter performatywny: nie tyle przekonują, ile mobilizują i integrują wspólnotę emocjonalną. Odbiorca przestaje być biernym adresatem, stając się współtwórcą przekazu. Autorka określa ten proces mianem „demokratyzacji perswazji”, która rozprasza władzę komunikacyjną i włącza użytkowników mediów cyfrowych w proces współtworzenia dyskursu politycznego.

W zakończeniu Śleziak podkreśla, że mimo radykalnych zmian politycznych, ustrojowych i technologicznych, hasła polityczne zachowują ciągłość funkcjonalną i semantyczną, odzwierciedlając trwałe wzorce myślenia o wspólnocie, państwie i obywatelu. Analiza pozwala odczytać historię polskiego dyskursu publicznego jako proces oscylujący między trzema motywami: wspólnotą („my”), zagrożeniem („oni”) i odnową („jutro”). Motywy te konstytuują symboliczne centrum polskiego imaginariusz politycznego. Hasła polityczne stanowią syntetyczny zapis emocji, aspiracji i lęków, które definiowały polskie życie publiczne w kolejnych dekadach, a ich badanie jest nie tylko analizą języka, lecz także diagnozą kondycji wspólnoty politycznej – tego, jak Polacy w różnych momentach historii mówili o sobie, państwie i przyszłości.

3. Wnioski końcowe

Monografia Marty Śleziak wyróżnia się wysokim poziomem rzetelności metodologicznej oraz klarowną, logicznie uporządkowaną strukturą. Każdy rozdział stanowi prze-myślane połączenie analizy językowej z interpretacją społeczną i historyczną, dzięki czemu publikacja ma charakter interdyscyplinarny. Autorka posługuje się językiem precyzyjnym, a zarazem przystępnym, co sprawia, że praca jest wartościowa nie tylko dla językoznawców, lecz również dla politologów, medioznawców i kulturoznawców zainteresowanych problematyką komunikacji politycznej.

Na szczególne podkreślenie zasługuje wymiar diachroniczny książki, obejmujący zarówno klasyczne formy komunikacji drukowanej, jak i współczesne strategie medialne oparte na cyfrowych narzędziach przekazu. Autorka w przekonujący sposób pokazuje, jak ewolucja technologiczna i przemiany społeczne wpływają na sposób funkcjonowania języka w sferze publicznej. Jej analizy łączą perspektywę mikro – obejmującą interpretację pojedynczych haseł – z perspektywą makro, w której język polityki ukazany jest jako element szerszych procesów kulturowych i ideologicznych.

Wartością dodaną publikacji jest również umiejętność zachowania równowagi między opisem językowym a interpretacją dyskursu. Autorka nie ogranicza się do prostego katalogowania przykładów; rekonstruuje konteksty społeczne, medialne i historyczne, w których hasła funkcjonują, pokazując, że polityczna gra słów jest jednocześnie zwierciadłem przemian mentalnych i kulturowych współczesnej Polski.

Podsumowując, monografia Marty Śleziak stanowi dojrzałe, bogato udokumentowane i metodologicznie spójne opracowanie, które wypełnia istotną lukę w badaniach nad polskim dyskursem politycznym. Autorka przekonująco dowodzi, że analiza haseł wyborczych i propagandowych nie jest jedynie badaniem języka perswazji, lecz także formą opisu przemian społecznych, ideologicznych i kulturowych w Polsce XX i XXI wieku. Książka jest wartościowym źródłem wiedzy dla badaczy komunikacji publicznej oraz inspiracją do dalszych studiów nad językiem polityki i jego retoryczno-ideologicznym wymiarem.

Wykaz literatury

- FILIPCZAK-BIAŁKOWSKA, Anita. *Mechanizmy manifestowania orientacji ideologicznej w dyskursie politycznym*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Primum Verbum, 2018. Print.
- GUZIAK, Albert. „Walka na słowa – analiza sloganów wyborczych z kampanii do Sejmu i Senatu z 2019 roku”. *Facta Ficta Journal of Theory, Narrative & Media* 7(1) (2021): 211–226. Print.
- KOLCZYŃSKI, Mariusz. *Strategie komunikowania politycznego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2008. Print.
- SZCZEPANKOWSKA, Irena. „Retoryka – konotacje pojęcia we współczesnej publicystyce i w naukach humanistycznych”. *Białostockie Archiwum Językowe* 2 (2002): 157–181. Print.
- ŚLEZIAK, Marta. „Miejsce hasła i sloganu w komunikowaniu politycznym”. *LingVaria* 2 (32) (2021): 81–92. Print.
- ŚLEZIAK, Marta. *Głosuj, broń, wybieraj. Polskie hasła polityczne z lat 1918–2020*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2025. Print.
- VAN DIJK, Teun A. „Discourse and manipulation”. *Discourse & Society* 17(3) (2006): 359–383. Print.

ZITIERNACHWEIS:

- JAKOSZ, Mariusz. „Retoryka i ideologia w hasłach politycznych Polski XX i XXI wieku”, *Linguistische Treffen in Wrocław* 28, 2025 (II): 403–408. DOI: 10.23817/lingtreff.28-28.