

**Biblioteka
LingVariów**

Tom 36

Rafał Mazur

**Obraz
Kościoła katolickiego
w polskiej prasie komunistycznej
w latach 1945–1956**

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Polonistyki

OBRAZ KOŚCIOŁA KATOLICKIEGO
W POLSKIEJ PRASIE KOMUNISTYCZNEJ
W LATACH 1945–1956

Biblioteka „LingVariów”

T. 36

Redaktor naukowy serii

Maciej Rak

Rafał Mazur

**OBRAZ KOŚCIOŁA KATOLICKIEGO
W POLSKIEJ PRASIE KOMUNISTYCZNEJ
W LATACH 1945–1956**

Z prac Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego

Biblioteka „LingVariów” T. 36

Rafał Mazur

**OBRAZ KOŚCIOŁA KATOLICKIEGO
W POLSKIEJ PRASIE KOMUNISTYCZNEJ
W LATACH 1945–1956**

**Księgarnia Akademicka
Kraków 2023**

Recenzent
prof. dr hab. Kazimierz Ożóg

Redakcja
Zofia Smęda

Korekta
Agnieszka Mańko

Skład i łamanie
Małgorzata Manterys-Rachwał

Okładka
Paweł Sepielak

Publikacja dotowana przez Wydział Polonistyki UJ

ISBN 978-83-8138-945-7 (druk)
ISBN 978-83-8138-949-5 (online)
<https://doi.org/10.12797/9788381389495>

© Wydział Polonistyki UJ oraz Rafał Mazur

WYDAWNICTWO KSIĘGARNIA AKADEMICKA

ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel./fax 12 431-27-43, 12 421-13-87
publishing@akademicka.pl
<https://akademicka.pl>

SPIS TREŚCI

1. Wstęp	7
2. Stan badań	11
2.1. Propaganda i komunikacja	11
2.2. Propaganda komunistyczna	17
2.3. Propaganda wobec Kościoła katolickiego w latach 1945–1956 (kontekst historyczno-społeczny)	25
2.4. Obraz Kościoła katolickiego w badaniach medioznawczych i językoznawczych	38
2.5. Dyskursywny obraz świata	45
3. Podstawy teoretyczno-metodologiczne	51
4. Materiał badawczy	59
4.1. Częstotliwość przekazów prasowych	59
4.2. Wyrazy o najwyższej frekwencji	62
4.3. Forma przekazów prasowych	70
5. Czym jest Kościół	81
5.1. Rama władzy	81
5.2. Rama zdrady	96
5.3. Rama zakłamania	104
5.4. Rama zacofania	117
5.5. Siatka ekwiwalentów i określeń	125
6. Jaki powinien być Kościół	131
6.1. Rama patriotyzmu i postępu	135
6.2. Rama ludu	143
6.3. Rama uczciwości	151
6.4. Siatka opozycji	157
7. Kościół – komunistyczna władza (MY)	161
7.1. Normalizacja	163
7.2. Rozdział	168

7.3. Tymczasowość	185
7.4. Porozumienie	196
7.5. Siatka działań Kościoła i państwa	204
8. Kościół – chłopci, robotnicy i bratnie narody (SWOI)	209
8.1. Robotnicy i chłopci	211
8.2. Narody bloku komunistycznego	225
8.3. Siatka działań Kościoła i SWOICH	239
9. Kościół – środowiska wrogie komunistom (OBCY)	245
9.1. Niemiecki militarysta	247
9.2. Amerykański imperializm	257
9.3. Bandy podziemia	263
9.4. Siatka działań Kościoła i OBCYCH	275
10. Zakończenie i wnioski	279
Bibliografia	285
Źródła słownikowe i encyklopedyczne	285
Akty prawne	285
Literatura przedmiotu	286
Summary	299

1.

WSTĘP

Komuniści po objęciu w 1945 r. władzy w Polsce zdawali sobie sprawę z roli, jaką duchowieństwo pełniło w społeczeństwie. Widzieli w Kościele swojego głównego konkurenta w dziedzinie wpływu światopoglądowego i szybko zaczęli dążyć do ograniczenia oddziaływania, jakie ta instytucja miała na życie społeczne i polityczne kraju. Do walki z religią zaangażowany został zarówno aparat bezpieczeństwa, jak i zinstytucjonalizowana propaganda. Jednym z najważniejszych elementów ataku propagandowego stało się manipulowanie mediami, którego celem było kształtowanie opinii publicznej w sprawach związanych z Kościołem.

W niniejszej książce podejmuję próbę prześledzenia, a następnie analizy wykreowanego w ten sposób wizerunku Kościoła katolickiego w tekstach prasowych publikowanych przez komunistyczne dzienniki w latach 1945–1956. Zakładam, że wizerunek ten był kształtowany jako element dyskursywnego obrazu świata podporządkowanego partyjnej linii światopoglądowej. Ramy czasowe badań wyznacza data zerwania konkordatu między Polską a Stolicą Apostolską (12 września 1945 r.) oraz data zwolnienia prymasa Stefana Wyszyńskiego z internowania (28 października 1956 r.), czyli wydarzenia, które otworzyło nowy rozdział czasowej normalizacji w stosunkach między państwem a Kościołem katolickim w Polsce. Analizowany okres umownie można nazwać czasem represji stalinowskich¹.

Za podstawę materiałową posłużył korpus badawczy stanowiący zbiór, szczegółowo opisanych i sklasyfikowanych w dalszej części książki, tekstów zamieszczanych na łamach dwóch dzienników: „Robotnika” i „Trybuny Ludu”. Oba periodyki jako partyjne organy prasowe², a jednocześnie gazety o wysokich nakładach

¹ Należy zauważyć, że choć pojęcie *stalinizmu* od dawna funkcjonuje w nauce, to historycy podają różne ramy czasowe dla tego okresu i jako jego początek wskazują rok 1944, 1948 albo 1950. Wydaje się jednak, że to właśnie na lata 1945–1956 przypada okres budowania i realizowania przez komunistyczne władze przemysłowej, antykościelnej polityki i towarzyszącego jej systemu represji.

² „Robotnik” stanowił centralny organ PPS, która współtworzyła rząd w latach 1945–1948, natomiast „Trybuna Ludu” wydawana była jako oficjalny organ KC PZPR – partii rządzącej od 15 grudnia 1948 r. aż do przemian politycznych przełomu 1989–1990 r.

i zasięgu ogólnopolskim bez wątpienia miały istotny wpływ na kreowanie propagandowego i podporządkowanego władzy komunistycznej obrazu rzeczywistości. Zasadne wydaje się traktowanie tekstów publikowanych w obu analizowanych tytułach jako jednego korpusu materiałowego obejmującego cały badany okres, ponieważ „Trybuna Ludu”, jako organ Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej (PZPR), stanowi kontynuację pism wydawanych przez Polską Partię Socjalistyczną (PPS) i Polską Partię Robotniczą (PPR) – „Robotnika” i „Głosu Ludu”. Z tych dwóch dzienników, które po połączeniu utworzyły „Trybunę Ludu”, do analizy wybrano periodyk wydawany przez PPS, gdyż propaganda tej partii (bardziej niż PPR, który dążył przede wszystkim do utrzymania się u sterów władzy) skupiona była głównie na tematach ideologicznych, w tym na walce z Kościołem katolickim. To właśnie posłowie PPS naciskali na realizację radykalnie antykościelnej polityki, nazywanej „rozdzieleniem Kościoła od państwa”, postulując m.in.: zerwanie konkordatu z 1925 r., wprowadzenie dekretów o świeckich urządach stanu cywilnego i o świeckim prawie małżeńskim, a także agitując za usunięciem religii ze szkół (por. Żaryn 1997). Nawet w ocenie działaczy PPR propagandę organów prasowych PPS cechowała duża skuteczność i efektywność. Dobór źródeł podyktowany był też względami praktycznymi – m.in. dostępnością pełnych roczników w archiwach i bibliotekach. Materiał badawczy został pozyskany ze zbiorów Biblioteki Jagiellońskiej oraz Cyfrowej Wypożyczalni Publikacji Naukowych ACADEMICA.

Do korpusu kwalifikowano teksty według kryterium tematycznego zgodnego z zakresem badawczym, tzn. takie, które zostały poświęcone Kościołowi katolickiemu rozumianemu szeroko – zarówno jako ogół ludzi wierzących, jak i instytucja chrześcijańska, a także hierarchia duchownych reprezentujących tę instytucję. Teksty były włączane do korpusu w całości, wraz z tytułem, bądź też (w szczególnych przypadkach) w ograniczonym treściowo fragmencie, jeśli wątek poświęcony Kościołowi katolickiemu pojawiał się jako wypowiedź odbiegająca od głównego tematu artykułu (np. stenogramy z przemówień sejmowych). Pominano natomiast takie elementy, jak: imię i nazwisko autora, wyróżnienia w tekście, podpisy pod ilustracjami i zdjęciami.

Wszystkie teksty zostały zdigitalizowane przy użyciu aparatu cyfrowego, a następnie przetworzone do postaci edytowalnego dokumentu tekstowego przy pomocy narzędzi rozpoznawania pisma (OCR), po czym ręcznie usunięto błędy, które powstały w wyniku automatycznego wygenerowania dokumentów. Niestety, niektórych tekstów nie udało się odzyskać w całości ze względu na uszkodzenia, jakim uległy papierowe wersje gazet przechowywane w zasobach bibliotecznych i archiwalnych; takie fragmenty oznaczano w materiale jako nieczytelne. W efekcie uzyskano korpus składający się z 872 tekstów o różnej długości (400 opublikowanych w „Robotniku” i 472 zamieszczone na łamach „Trybuny Ludu”). Łącznie zgromadzony materiał liczy 418 339 słów.

Ze względu na obszerny materiał badawczy przyjąłem połączenie metod jakościowych i ilościowych. Dzięki temu lingwistyczna analiza zostanie poszerzona i zobiektywizowana na podstawie danych liczbowych, takich jak: informacje o częstości wystąpień słów, fraz i kolokacji czy o najczęstszych kontekstach wystąpień określonych leksemów. Do tego celu posłużyłem się narzędziem Sketch Engine, ułatwiającym tworzenie przeszukiwalnych i automatycznie anotowanych w warstwie morfosyntaktycznej, elektronicznych korpusów tekstów (sketchengine.eu; Kilgariff i in. 2014). W tym zakresie ważną inspiracją była dla mnie praca Laury Polkowskiej (2018), która przyjęła podobną ilościowo-jakościową perspektywę.

Proponowana koncepcja prezentacji materiału opiera się na narzędziach opisu wykorzystywanych w pracach Andrzeja Kominka (1996, 2003), poświęconych obrazowaniu Kościoła katolickiego w okresie 1970–1989. Choć więc moje rozważania chcę umiejscowić w nurcie badań nad dyskursem i rekonstrukcją dyskursywnego obrazu świata, to odwołuję się także do aparatu pojęciowego wypracowanego przez inne dziedziny językoznawstwa. Przyjmuję bowiem, że wyprofilowany (czy, mówiąc inaczej, ukształtowany) przez komunistyczną propagandę dyskursywny wizerunek Kościoła katolickiego można opisać za pomocą szeregu podkategorii, czyli faset. Jednocześnie zakładam, że na wizerunek Kościoła katolickiego składa się opis działań aktorów dyskursu funkcjonujących w ramach tej instytucji – papieża, najwyższego zwierzchnika Kościoła; polskiej hierarchii duchownej, na której czele stoi episkopat i prymas; ogółu duchownych Kościoła; a także wspólnoty świeckich wiernych. Co więcej, zastosowana przeze mnie metoda ma charakter analizy wielopoziomowej – elementy lingwistyczne (leksykalne, stylistyczne, retoryczne) są opisywane przez pryzmat dyskursywnych interakcji Kościoła z innymi siłami społecznymi obrazowanymi w komunistycznej propagandzie. Pełny zestaw cech, które posłużą do rekonstrukcji dyskursywnego wizerunku Kościoła, wygląda następująco:

1. Czym jest Kościół;
2. Jaki powinien być Kościół;
3. Kościół – komunistyczna władza (MY);
4. Kościół – chłopci, robotnicy i bratnie narody (SWOI);
5. Kościół – środowiska wrogie komunistom (OBCY).

Układ tak sformułowanych kategorii odzwierciedla struktura książki – kolejne rozdziały części analitycznej poświęcone są opisowi poszczególnych faset. Do prezentacji wyników przeprowadzonej przeze mnie analizy słów kluczy i ich kolokacji posłużyłem się metodą rekonstrukcji pola semantycznego. Wyszczególnione kategorie odpowiadają siatkom: określeń, ekwiwalentów, opozycji oraz działań podmiotu i działań na podmiot, tworzącym pole pojęcia *Kościół katolicki* w badanych tekstach. Analiza zebranego materiału polega ponadto na rekonstrukcji medialnych ram (*media frames*) wykorzystywanych w dyskursie komunistycznej

propagandy do konstruowania określonych narracji na temat Kościoła katolickiego. Narzędzia badawcze i postulaty leżące u podstaw zastosowanej w pracy metody analitycznej szczegółowo opisane zostały w kolejnych rozdziałach.

Celem niniejszej monografii jest przedstawienie obrazu przejawiającego się w tekstach, wobec czego ma ona przede wszystkim charakter materiałowy. Z tego względu dużą jej część zajmują obszerne i liczne cytaty (przywołano ich łącznie 740), które obrazują opisywane zjawiska. We wszystkich cytowanych fragmentach zachowuję oryginalny zapis, nawet jeśli jest on błędny lub niezgodny z obecnymi zasadami ortograficznymi albo interpunkcyjnymi. Wszelkie wytłuszczenia mają charakter odautorski. Przytaczane teksty oznaczone są skrótem nazwy cytowanej gazety (R lub TL odpowiednio dla „Robotnika” i „Trybuny Ludu”) oraz datą publikacji. Zdecydowałem się na taki zapis ze względu na częste błędy w numeracji tych tytułów prasowych.

2.

STAN BADAŃ

2.1. Propaganda i komunikacja

Mimo że językowi propagandy poświęcona została bogata literatura, to naukowy status tego terminu wydaje się niejednoznaczny. Często przez badaczy jest on wiązany z pokrewnymi mu pojęciami, takimi jak: *perswazja*, *manipulacja* czy *agitacja*. Ponadto nakładają się na niego negatywne konotacje zawarte w potocznym znaczeniu tego słowa.

Termin *propaganda* wywodzi się od łacińskiego leksemu *propagatio* oznaczającego ‘rozkrzewianie’, który następnie rozpowszechnił się wśród języków europejskich i jednocześnie nabrał pejoratywnego znaczenia związanego z naciskiem i przymusem na skutek działalności Sacra Congregatio de Propaganda Fide – instytucji powołanej przez papieża Grzegorza XV w XVIII w. w celu krzewienia wiary chrześcijańskiej na nowo odkrytych ziemiach (por. Dobek-Ostrowska, Faras, Ociepka 1997: 11; Drajkowska 2018: 16; Dudek-Waligóra 2018: 13–14; por. SWO). Choć samo pojęcie *propaganda* pojawia się w dyskursie publicznym dość późno – Anthony Pratkanis i Elliot Aronson (2004: 17) zwracają uwagę na to, że termin ten wszedł na dobre do publicznego obiegu dopiero na początku XX w., kiedy to *propagandą* zaczęto określać techniki perswazyjne wykorzystywane w czasie I wojny światowej, a później także te stosowane przez reżimy totalitarne – to nie ulega wątpliwości, że zjawisko propagandy jest równie stare, jak sama instytucja władzy. Warto zauważyć, że terminu *propaganda* powszechnie używa się w kontekście badań nad kulturami starożytnymi, a szczególnie rzymską, grecką i egipską; badacze zwracają uwagę m.in. na propagandową funkcję sztuki, literatury, a nawet numizmatyki (por. Niwiński 1988; Morawiecki, Berdowski 2000; Kołoczek 2013). Wydaje się jednak, że rozwój propagandy należałoby wiązać przede wszystkim ze zdobyczami starożytnej retoryki – umiejętnością „metodycznego odkrywania tego, co w odniesieniu do każdego przedmiotu może być przekonujące” (Arystoteles 1988: 66), a także rozwijaną przez greckich sofistów erystyką – sztuką prowadzenia sporów. Sformułowana przez

Arystotelesa klasyczna teoria retoryczna dała podwaliny pod współczesne badania nad perswazją, wyodrębniając podstawowe typy narzędzi przekonywania (tzw. triada retoryczna):

- *logos* – oddziaływanie mówcy na rozum odbiorcy, argumenty racjonalne, wykorzystujące m.in. faktografię, wnioskowanie oraz pośrednie i bezpośrednie dowodzenie;
- *ethos* – oddziaływanie na wolę odbiorcy przez budowanie wizerunku i wiarygodności mówcy;
- *pathos* – okazywanie uczuć oraz wzbudzanie w odbiorcach odpowiednich emocji:

Środki przekonywania uzyskane za pośrednictwem mowy dzielą się na trzy rodzaje. Jedne z nich zależą od charakteru mówcy, inne od nastawienia, w jakie wprawia się słuchacza, inne jeszcze od samej mowy ze względu na rzeczywiste lub pozorne dowodzenie (Arystoteles 1988: 67).

Jak zauważa Marek Kochan, erystyka podobnie jak retoryka „też służy przekonywaniu, ale nie rozmówcy, tylko publiczności przysłuchującej się debacie” (2012: 15). Jej celem nie jest przekonanie, a pokonanie przeciwnika, bez względu na to, gdzie leży prawda. Za pierwszych nauczycieli sprawności erystycznej uznać można starożytnych sofistów, którzy stworzyli na terenach greckiej *oikoumene* nowy model wykształcenia i wychowania, kształcąc ateńskich obywateli, którzy byli skorzy zapłacić za ich usługi, w zakresie *pólitiketechné* (sztuki politycznej). Nauki przekazywane przez sofistów (a przynajmniej niektórych z nich) mówiły o posługiwaniu się formami rozumowania sprawiającymi wrażenie poprawnych, ale w istocie zawierającymi rozmyślnie utajone błędy logiczne – nazywane *sofizmatami* lub *chwydami sofistycznymi*. Ten rodzaj argumentacji, opierający się na nieprawdziwych przesłankach, w oczywisty sposób może być wykorzystany do udowodnienia każdej, nawet fałszywej tezy, a przez to służyć manipulacji nieświadomym odbiorcą (por. Jacko 2001). Do pełniejszego rozumienia sofistyki i erystyki (które stosując uproszczenie na potrzeby tego opracowania, utożsamiam) przyczyniły się m.in. prace Arthura Schopenhauera (1986) i Tadeusza Kotarbińskiego (1963; 1974: 183–188). Badacze ci szczegółowo opisali nierzetelne fortele używane w sporach przez nieuczciwych adwersarzy.

Choć źródeł współczesnej propagandy można szukać w starożytności, to budowa totalitarnego systemu społecznej indoktrynacji byłaby niemożliwa, gdyby nie rozwój nowych form komunikowania. Przełom ten dokonał się dzięki szesnastowiecznemu wynalazkowi Gutenberga, który umożliwił nie tylko powstanie prasy – nowego środka przekazu informacji, ale także rozwój reklamy, dając początek drukowanym ulotkom, plakatom, afiszom, sloganom, rysunkom itp. Pierwsze ty-

tuły prasowe zaczęły pojawiać się już na początku XVII w., nie miały one jednak charakteru masowego i ze względu na stosunkowo niewielką grupę odbiorców ich użyteczność do celów propagandowych pozostawała ograniczona. Zmiana tego stanu rzeczy dokonała się dopiero w XIX w. na skutek rewolucji przemysłowej. Dzięki maszynom parowym możliwy stał się druk gazet na masową skalę, natomiast czas przesyłania informacji znacząco skróciło upowszechnienie się telegramu, a później także wynalezienie telefonu, radia, kina i telewizji (por. Dobek-Ostrowska, Faras, Ociepa 1997: 13–16). Te nowe techniki komunikacyjne odegrały kluczową rolę w szerzeniu i umasowieniu zinstytucjonalizowanej propagandy, szczególnie w systemach autorytarnych i totalitarnych, w których środki masowego przekazu z założenia podporządkowane są działaniom politycznym. Należy jednak zauważyć, że media masowe pełnią funkcję narzędzi manipulowania opinią społeczną także w demokracjach liberalnych, w których często stają się podporządkowane różnego rodzaju grupom interesów politycznych, biznesowych, militarnych, religijnych światopoglądowych itp.

We współczesnej polszczyźnie w znaczeniowym polu *propagandy* rysują się kolokacje zawierające silny negatywny znak wartości – por. *propaganda agresywna, nachalna, czarna*, a także: *hitlerowska, gierkowska, sowiecka, nazistowska, bolszewicka, komunistyczna* (por. NKJP). Taki stan rzeczy oddają również definicje notowane przez najnowsze słowniki języka polskiego. *Wielki słownik języka polskiego PAN* pod redakcją Piotra Źmigrodzkiego podaje znaczenie *propagandy* opatrzone kwantyfikatorem *pejoratywnie* jako ‘sterowanie poglądami ludzi poprzez podawanie do wiadomości publicznej informacji dobranych w przemyśłany sposób, często nieprawdziwych’ (WSJP PAN). *Inny słownik języka polskiego* redagowany przez Mirosława Bańkę notuje znaczenie: ‘przesadzone lub nieprawdziwe informacje, np. na temat sytuacji w państwie, rozpowszechniane przez środki przekazu, mające na celu kształtowanie postaw i działań społeczeństwa’, wraz z dodatkową informacją: ‘słowo często używane z dezaprobatą’ (ISJP). *Nowy słownik języka polskiego* pod redakcją Bogusława Dunaja podaje natomiast węższą definicję *propagandy*, ograniczając ją do zjawisk związanych z manipulacją: ‘rozpowszechnianie jakichś poglądów, mające na celu ukształtowanie określonych, korzystnych dla siebie postaw wśród dużych grup ludzi, manipulowanie zbiorową świadomością’ (NSJPDun).

Należy jednak zauważyć, że zarówno *Słownik języka polskiego* wydany pod redakcją Witolda Doroszewskiego w 1969 r., jak i opublikowany dziesięć lat później – w 1979 r. – *Słownik języka polskiego PWN* pod redakcją Mieczysława Szymczaka podają definicje, które nie zawierają elementu wartościowania; kolejno: ‘szerzenie pewnych poglądów, idei, haseł mające na celu pozyskanie kogoś dla jakiejś idei lub akcji’ (SJPDor); ‘szerzenie jakichś poglądów, idei, haseł mające na celu pozyskanie kogoś dla jakiejś idei lub akcji’ (SJPSzym).

Odpowiedzi na pytanie o istotę propagandy próbowano udzielić już niejednokrotnie. Warto przytoczyć tu kilka najważniejszych koncepcji. Jedną z pierwszych naukowych definicji propagandy sformułował amerykański socjolog William W. Biddle (1931), który stwierdził, że propaganda stanowi jedną z najbardziej subtelnych form przymusu społecznego. Osoba działająca pod jej wpływem nie ma świadomości, iż nie podejmuje samodzielnych decyzji. Taką jednostką kierują przede wszystkim emocje i uczucia, a nie racjonalne myślenie (Biddle 1931: 283). Francuski filozof i socjolog Jacques Ellul zdefiniował natomiast propagandę jako oparte na psychologicznej manipulacji techniki, których celem jest zjednoczenie mas ludzkich i włączenie ich do aktywnej działalności na rzecz zinstytucjonalizowanych grup interesów (1965: 61). Inną propozycję przedstawił amerykański myśliciel liberalny Walter Lippmann, który twierdzi, że propaganda to próba zmiany obrazu rzeczywistości, zastąpienia jednego wzorca społecznego innym (1998: 26). Wśród polskich prac poświęconych propagandzie warto natomiast wyróżnić m.in. książkę Michała Szulczewskiego, w której termin ten definiowany jest jako „celowe, perswazyjne, motywowane politycznie oddziaływanie na zbiorowość, zmierzające przez kształtowanie ludzkich postaw do wywoływania pożądanych zachowań” (1971: 62). Podobne stanowisko obrał również Stanisław Kuśmierski (1976). Zakłada on, że propagandą polityczną należy nazwać:

[...] celowe zorganizowane działanie, polegające na masowym upowszechnianiu za pomocą określonych środków, idei, poglądów i doktryn politycznych oraz teorii społeczno-politycznych, zmierzające do kształtowania zamierzonych postaw i zachowań prowadzone w interesie jakiejś klasy lub grupy społecznej (Kuśmierski 1976: 18).

Niewątpliwie ważną publikacją podejmującą próbę opisania tego zjawiska jest również praca Walerego Pisarka pt. *Język służy propagandzie*. Pojawia się w niej zdawkowa i dość ogólna definicja, zgodnie z którą propaganda to „polityczna działalność perswazyjna” (Pisarek 1976: 5). Wartościowym źródłem informacji na temat zabiegów wykorzystywanych przez propagandystów może być również książka niemieckiego filologa Victora Klemperera *LTI – notatnik filologa*. Choć nie ma ona charakteru opracowania naukowego, z precyzją oddaje istotę języka propagandy w państwie totalitarnym. Klemperer przedstawia język Trzeciej Rzeszy jako nośnik destrukcyjnej i wszechobecnej trucizny wnikałej w społeczną tkankę i wyniszczającej ją. Podkreśla, jak niebezpieczne mogą być z pozoru niezauważalne manipulacje znaczeniem nawet pojedynczych słów:

Słowa mogą działać jak małe dawki arszeniku. Przyjmuje się je niezauważenie, wydaje się, że nie mają działania, a jednak po jakimś czasie ich trujący wpływ ujawnia się. Jeśli dostatecznie długo to, co bohaterkie i prawe nazywa ktoś fana-

BIBLIOGRAFIA

Źródła słownikowe i encyklopedyczne

- DS – Ł. Szalkiewicz, A. Czesak, S. Żurowski (red.), *Dobry słownik*, [on-line:] <https://dobrysloownik.pl/> – 1 IV 2020.
- EPWN – *Encyklopedia PWN*, [on-line:] <http://encyklopedia.pwn.pl> – 17 V 2017.
- ISJP – M. Bańko (red.), *Inny słownik języka polskiego*, Warszawa 2000.
- NKJP – *Narodowy Korpus Języka Polskiego*, [on-line:] <http://nkjp.pl> – 15 VIII 2023.
- NSJPDun – B. Dunaj (red.), *Nowy słownik języka polskiego*, Warszawa 2005.
- SJPDor – W. Doroszewski (red.), *Słownik języka polskiego*, [on-line:] <http://www.sjpd.pwn.pl> – 31 XI 2019.
- SJPSzym – M. Szymczak (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 1–3, Warszawa 1978–1981.
- SWO – W. Kopaliński (red.), *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2007.
- WSJP PAN – *Wielki słownik języka polskiego PAN*, red. P. Żmigrodzki, [on-line:] <http://wsjp.pl/> – 31 XI 2019.
- WSF PWN – A. Kłosińska, E. Sobol, A. Stankiewicz (oprac.), *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami*, Warszawa 2005.

Akty prawne

- Dekret Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego z dnia 7 września 1944 r. *O zakresie działania i organizacji Resortu Informacji i Propagandy* (Dz.U. z 1944 r. nr 4, poz. 20).
- Dekret z dnia 25 września 1945 r. *Prawo małżeńskie* (Dz.U. z 1945 r. nr 48, poz. 270).
- Dekret z dnia 25 września 1945 r. *Prawo o aktach stanu cywilnego* (Dz.U. z 1945 r. nr 48, poz. 272).
- Dekret z dnia 5 lipca 1946 r. *O utworzeniu Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk* (Dz.U. z 1946 r. nr 34, poz. 210).
- Dekret z dnia 9 lutego 1953 r. *O obsadzaniu duchownych stanowisk kościelnych* (Dz.U. z 1953 r. nr 10, poz. 32).
- Konkordat pomiędzy Stolicą Apostolską a Rzeczpospolitą Polską, podpisany w Rzymie dnia 10 lutego 1925 r., ratyfikowany zgodnie z ustawą z dnia 23 kwietnia 1925 r. (Dz.U. z 1925 r. nr 72, poz. 501).
- Uchwała Rady Ministrów z dnia 20 listopada 1948 r. w sprawie połączenia Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa”, Spółdzielni Wydawniczej „Książka” i Spółdzielni Wydawniczej „Wiedza” (M.P. z 1948 r. nr 79, poz. 696).
- Konstytucja Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej uchwalona przez Sejm Ustawodawczy w dniu 22 lipca 1952 r. (Dz.U. z 1952 r. nr 33, poz. 232).

Literatura przedmiotu

- ANTCZEK J., 2002, *Zub Stanisław*, [w:] J. Myszor (red.), *Leksykon duchowieństwa represjonowanego*, t. 1, Warszawa, s. 329–330.
- ARYSTOTELES, 1988, *Retoryka*, [w:] *Retoryka – poetyka*, przeł. H. Podbielski, Warszawa, s. 61–296.
- BACHANEK G., 2017, *Kardynał August Hlond w walce o duszę narodu w latach 1945–1948*, [w:] W. Polak, A. Czwołk, S. Galij-Skarbińska (red.), *Czas próby. Kościół katolicki w okresie PRL*, Toruń, s. 15–26.
- BARSKA K., 2016, *Czy milczenie jest intencjonalne? Szkic do analizy fenomenologicznej*, „Filo-Sofija”, nr 34, s. 25–34.
- BARTLETT F., 1932, *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*, London.
- BARTMIŃSKI J., 1990, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Językowy obraz świata*, Lublin, s. 109–127.
- BARTMIŃSKI J., 2012, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin.
- BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA S., 2012, *Tekstologia*, Warszawa.
- BIAŁKOWSKI M., 2017, *Dwa posoborowe projekty reorganizacji struktur kościelnych w Polsce z drugiej połowy lat sześćdziesiątych XX wieku*, „Zapiski Historyczne”, Vol. LXXXII, z. 3, s. 127–146, <https://doi.org/10.15762/ZH.2017.39>.
- BIDDLE W.W., 1931, *A Psychological Definition of Propaganda*, „The Journal of Abnormal and Social Psychology”, Vol. 26, nr 3, s. 283–295, <https://doi.org/10.1037/h0074944>.
- BIEL B., 2005, *Figura wroga socjalizmu w tekstach propagandy PRL (od gatunków dla dzieci do rozpraw naukowych)*, „Historia i Polityka”, nr 3, s. 75–84, <https://doi.org/10.12775/HiP.2005.020>.
- BOBER S., 2012, *Walka o utrzymanie nauczania religii w szkołach w okresie Polski Ludowej*, „Studia Elckie”, nr 14, s. 189–200.
- BOJAR B., 2004, *Pole informacyjne, dokumentacyjne, tematyczne, semantyczne czy lek sykalne?*, „Zagadnienia Informacji Naukowej”, nr 1, s. 3–11.
- BRALCZYK J., 1977, *Język polityki i polityka językowa*, „Socjolingwistyka”, nr 1, s. 92–97.
- BRALCZYK J., 1978, *Językowe aspekty działalności propagandowej. Kultura języka polskiego*, [w:] M. Szymczak (red.), *Poradnik dla słuchaczy uczelni wojskowych*, Warszawa, s. 206–221.
- BRALCZYK J., 1979, *O frazeologii politycznej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, R. 20, nr 2, s. 31–40.
- BRALCZYK J., 1981a, *Poza prawdą i fałszem*, „Teksty”, nr 6, s. 122–133.
- BRALCZYK J., 1981b, *O języku naszej propagandy*, „Zeszyty Prasoznawcze”, R. 22, nr 3, s. 11–22.
- BRALCZYK J., 1981c, *O języku polskiej propagandy politycznej*, [w:] H. Kurkowska (red.), *Współczesna polszczyzna*, Warszawa, s. 336–354.
- BRALCZYK J., 1982, *O języku w polityce. Podwójna negacja i presupozycja*, „Zeszyty Prasoznawcze”, R. 23, nr 1–2, s. 57–64.
- BRALCZYK J., 1985, *Ograniczony świat propagandy*, [w:] J. Rokoszowa (red.), *Nowomowa. Materiały z sesji naukowej poświęconej problemom współczesnego języka polskiego odbytej na Uniwersytecie Jagiellońskim w dniach 16 i 17 stycznia 1981*, Londyn, s. 99–109.

SUMMARY

THE PORTRAYAL OF THE CATHOLIC CHURCH IN POLISH COMMUNIST PRESS FROM 1945 TO 1956

The monograph constitutes an attempt to reconstruct the image of the Catholic Church based on publications released during the Stalinist era in the pages of the communist flagship newspapers: *Robotnik* and *Trybuna Ludu*. The study elucidates the way propaganda disseminators manipulated language to craft a filtered, distorted, schematic, and tendentious portrayal of the Church in the minds of Poles, refracted through the prism of communist ideology. Employing a methodological approach grounded in qualitative and quantitative analysis, the monograph unveils not only the diverse linguistic tools employed as propaganda instruments, but also the usage and patterns of words and word combinations that formed specific semantic fields manipulated by communist journalists. The work substantiates that despite the authorities' professed interest in cooperation with ecclesiastical hierarchs, the primary aim of the communists was to dismantle the Church institution and supplant it with a new form of religiosity, loyal to the regime, symbolized by the movement of the so-called "patriot priests."

Keywords: quantitative-qualitative analysis, political discourse, manipulation, persuasion, press, propaganda, valuation

<https://akademicka.pl>

