



rhetoricum

Retoryka w komunikacji specjalistycznej

redakcja naukowa Maria Załęska

RETORYKA W KOMUNIKACJI SPECJALISTYCZNEJ

Redakcja naukowa
MARIA ZAŁĘSKA

Warszawa 2015
Polskie Towarzystwo Retoryczne

Seria *Rhetoricum*

Wydawca:

Polskie Towarzystwo Retoryczne
Uniwersytet Warszawski
Katedra Italianistyki
Oboźna 8
00-332 Warszawa
www.retoryka.edu.pl

Recenzja naukowa:

Prof. Cezary Ornatowski (San Diego University, California, USA)

Projekt okładki serii *Rhetoricum*:

White Boat Graphics&Media, www.whiteboat.pl

Opracowanie graficzne, skład i łamanie tekstu:

Studio27, www.studio27.pl

Objętość tekstu: 12 arkuszy wydawniczych

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 Poland.

The content of the license is available at

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

ISBN: 978-83-943179-0-4

e-ISBN: 978-83-943179-1-1

Spis treści

<i>Wiedza, społeczeństwo, dyskurs i retoryka</i>	5
Maria Załęska	

Retoryka a formy poznania specjalistycznego

<i>Myśl klasycznych sofistów i komunikacja specjalistyczna</i> . . .	29
Cyprian Mielczarski	

<i>Retoryka a wiedza: komunikacja niespecjalistyczna i specjalistyczna</i>	53
Maria Załęska	

<i>Retoryka a pismo: specjalizacja myślenia</i>	85
Urszula Zaliwska-Okrutna	

Retoryka w komunikacji naukowej

<i>Retoryka i medycyna: wizerunek kobiety w traktatach medycznych na dawnym Śląsku</i>	109
Beata Gaj	

<i>Retoryczne i pragmatyczne funkcje zaimków pierwszej osoby w polskim i angielskim dyskursie naukowym</i>	127
Grzegorz Kowalski	

Retoryka w popularyzacji naukowej

Mechanizmy retoryczne w popularyzacji naukowej 159

Ewa Tarasek

*Do kogo mówi ekspert? Dynamika informacyjna
wybranych tekstów z prasy polskiej i francuskiej* 173

Agnieszka Kulczyńska

*Przypadki retorycznie istotnych zmian redakcyjnych
w tłumaczeniach publicystyki prasowej o tematyce
gospodarczej* 187

Tomasz Konik

Retoryka w komunikacji zawodowej

Retoryka w pracy rezydentów biur podróży 217

Małgorzata Maria Bogdan, Gabriel Łasiński

Retoryka w dyskursie mody 241

Anna Karwowska

Retoryka a poradnictwo

*„Przystępna wiedza”, czyli o przywracaniu
komunikatywności* 263

Beata Gaj

Jak pisać do internetu?

Retoryczne aspekty poradnictwa warsztatowego 281

Monika Worsowicz

Noty o autorach. 299

Wiedza, społeczeństwo, dyskurs i retoryka

Maria Załęska

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. Artykuł dotyczy społecznych uwarunkowań konstrukcji wiedzy oraz jej wyrażania za pomocą środków retorycznych i dyskursywnych. Ponieważ pojęcia ‘retoryka’ i ‘dyskurs’ okazują się złożone i często niejasne, poruszane w artykule kwestie dotyczą także metapoziomu: przedmiotu badań, czyli dyskursu i retoryki, oraz odnośnych dyscyplin: analizy dyskursu (zwanej też „dyskursologią”) oraz „retorykologii”, czyli retoryki traktowanej jako dyscyplina badań. Artykuł pokazuje, jak obie dyscypliny częściowo się nakładają na siebie i jakie są tego konsekwencje dla wyników badań.

Słowa kluczowe: retoryka, retorykologia, dyskurs, dyskursologia, analiza dyskursu, wiedza, teoria

Knowledge, society, discourse and rhetoric

Abstract. *The paper discusses the social embedding of knowledge construction and its expression through rhetorical and discursive means. Since the concepts of ‘rhetoric’ and ‘discourse’ turn out complex and often blurred, the issues addressed in the paper concern also the metalevel: the object of study, i.e. discourse and rhetoric, and the respective disciplines: discourse analysis (or “discourseology”) and “rhetoricology”, i.e. rhetoric treated as a discipline of study. The paper shows how both disciplines partially overlap and what are its consequences for the outcomes of research.*

Key words: *rhetoric, rhetoricology, discourse, discourseology, discourse analysis, knowledge, theory*

*Nawet jeśli wiedza może generować problemy,
nie rozwiążemy ich dzięki ignorancji.*

Isaac Asimov

1. Wiedza i społeczeństwo

Wiedza to jedno ze słów-kluczy współczesnej kultury, które otwiera całe pole skojarzeniowe wzajemnie powiązanych pojęć: racjonalność, nauka, informacja, edukacja, specjalizacja, profesjonalizacja i inne. Spośród różnych możliwych ujęć – z perspektywy kultury, historii, filozofii, etyki, socjologii wiedzy – w niniejszym tomie autorzy skoncentrowali się na aspektach retoryczno-dyskursywnych komunikowania wiedzy specjalistycznej, z przewagą studiów przypadków.

Badania te wpisują się w nurt szerszej refleksji nad pojęciem wiedzy. Tematyka *wiedzy* bywa często problematyzowana jako przedmiot szerszej, wielowątkowej refleksji krytycznej, dotyczącej m.in. wpływu wiedzy – i niewiedzy – na społeczeństwo (por. np. koncepcja „eksplozji ignorancji”, zob. Łukaszewicz 2000 czy koncepcja „społeczeństwa niewiedzy”, zob. Jabłoński, Szymczak i Zemło 2015; krytyczne analizy pseudowiedzy, zob. Andreski 2002 [1975]; Sokal i Bricmont 1998) oraz relacji między wiedzą, władzą i kapitałem (np. Foucault (2011 [1975])). Kategoria *wiedzy* jest rozpatrywana także w kontekście społeczno-etycznym: krytyka dotyczy na przykład niebezpieczeństwa manipulacji niespecjalistami przez specjalistów lub praktyk wykluczania niespecjalistów ze wspólnot wiedzy (np. poprzez stosowanie niezrozumiałego języka prawniczego czy biurokratycznego), choć przecież omawiane kwestie (np. prawne lub urzędowe) bezpośrednio ich dotyczą.

Jednak zazwyczaj *wiedza* i pole skojarzeniowe odnośnych terminów są traktowane jako pojęcia jednoznacznie pozytywne, wręcz modne: „Do połowy lat osiemdziesiątych ‘uczenie

się' i 'wiedza' stały się już modnymi słowami, które używając je osobę czyniły od razu nowoczesną" (Micklethwait i Wooldridge 2000: 136). Rosnący status wiedzy i ludzi nią dysponujących, wiedza jako kryterium demarkacyjne między grupami społecznymi, konieczność ciągłego zdobywania i uaktualniania wiedzy, wykorzystywanie wiedzy do tworzenia i utrzymywania przewagi konkurencyjnej to zaledwie niektóre aspekty współczesnego „społeczeństwa wiedzy” (zob. Cempel 2002, Jabłoński 2006), w którym docenia się m.in. „wiedzę obywatelską” (zob. Goodwin 2012).

W „społeczeństwie wiedzy” kryteria odnoszące się do wiedzy – na przykład typ posiadanej wiedzy (ogólna lub specjalistyczna), poziom opanowania (ledwie powierzchowne obznajomienie w temacie [ang. *familiarity*] lub rzetelna wiedza [ang. *knowledge*]), typ kompetencji (dający możliwość pasywnego lub aktywnego uczestnictwa w danym dyskursie wiedzy) – stanowią podstawę dokonywania rozmaitych umownych podziałów. Można zatem wyróżnić na przykład grupy niespecjalistów i specjalistów, laików i ekspertów, dyletantów i profesjonalistów, pseudonaukowców i naukowców, uczniów i mistrzów, amatorów i zawodowców, nauczanych i nauczających. Warto jednak zauważyć, że wielu amatorów, dzięki pasji samodzielnego zgłębiania jakiegoś tematu osiąga często dogłębną wiedzę specjalistyczną pomimo braku wykształcenia formalnego w danej dziedzinie.

W ramach grupy określanej mianem specjalistów, zwyczajowo dokonuje się podziału na specjalistów-naukowców (orientacyjnie, zainteresowanych tworzeniem teorii i konceptualizacji) oraz na specjalistów-profesjonalistów (zajmujących się działalnością praktyczną). Podział jest płynny, gdyż wielu naukowców udziela się także w roli profesjonalistów (np. prowadząc firmę, pracując jako konsultanci, doradcy, eksperci).

2. Wiedza i dyskurs

Niezbędnym elementem relacji *wiedzy* i *społeczeństwa* jest *dyskurs*, czyli – ujmując szeroko – tekst w kontekście (politycznym, naukowym, religijnym itd.). Dyskurs jest jednocześnie zachowawczy (powtarzając dotychczas wypracowane wzorce) i innowacyjny (poprzez modyfikacje przy powtarzaniu, prowadzące do powstania nowych form).

Trudno ująć w typologię rozmaite „dyskursy wiedzy”¹. Tworzą one skomplikowaną i złożoną sieć wzajemnych powiązań, ujmowanych w różne modele. Niektóre proponują wyraźny podział na wiedzę nienaukową i naukową. Inne ujmują spektrum różnych form wiedzy: od domyślnej wiedzy wspólnej do rozmaitych form wiedzy specjalistycznej.

Ograniczając się do dyskursów związanych ze specjalizacją wiedzy naukowej można orientacyjnie wyróżnić, oprócz dyskursu naukowego (uszczegółowionego na różne dyscypliny, a w ich ramach – konteksty komunikacji pisemnej lub ustnej), także dyskurs ekspercki (gdy naukowcy występują jako niezależni eksperci lub jako osoby zrzeszone w *think tankach*); dyskurs popularyzatorski (krótkie artykuły, pogadanki, występy np. na konkursach FameLab), blogi eksperckie, prowadzone przez naukowców; publicystykę (raczej „publicystykę naukowców” niż „naukową”, gdy badacze piszą felietony, udzielają wywiadów na tematy dotyczące dziedziny ich badań, występują jako eksperci w paruzdaniowych wypowiedziach do kamery), programy kulturalne (naukowiec zaproszony jako intelektualista, profesjonalny znawca poruszanego tematu); dyskurs dydaktyczny (podręczniki i poradniki), dyskurs grantów naukowych (tzw. *fundraising texts* ‘teksty służące pozyskiwaniu funduszy’,

1 Tłumaczenie używanego w tym kontekście zwrotu francuskiego *les discours des savoirs*, w którym oba rzeczowniki pojawiają się w liczbie mnogiej.

zob. Connor i Upton 2004), wreszcie dyskursy na obrzeżach nauki: dyskurs hobbystów (czasami niezwykle kompetentnych w wybranych przez siebie dziedzinach), dyskurs pseudonaukowy czy wreszcie parodie dyskursu naukowego.

W dużej mierze podobne kategorie dyskursów występują w przypadku profesjonalistów wykonujących różne zawody nie związane z nauką. Istnieją zatem dyskursy specjalistyczne poszczególnych profesji, dyskurs ekspercki (gdy profesjonalista występuje jako ekspert, np. w różnych ciałach doradczych), dyskurs popularyzatorski (popularyzowanie wiedzy o obszarze własnej kompetencji), dyskurs publicystyczny (odwoływanie się do wiedzy specjalistycznej przy komentowaniu bieżących kwestii życia publicznego), blogi eksperckie, prowadzone przez profesjonalistów; występy na forum publicznym (gdy różni profesjonalisci – muzycy, dietetycy, styliści, ekonomiści itd. – piszą felietony, udzielają wywiadów itp.), działalność kulturalna (np. propagowanie własnej dziedziny działań na festiwalach, w muzeach, na imprezach kulturalnych); dyskurs dydaktyczny (kształcenie przyszłych zawodowców), dyskurs urzędowy (np. pisanie podań do instytucji o fundusze na realizację projektów), wreszcie dyskursy na obrzeżach profesji: dyskurs hobbystów, dyskurs pseudozawodowców, komunikacja zawodowa w krzywym zwierciadle satyry i parodii. Bardzo ważnym aspektem jest także komunikacja profesjonalista-klient oraz profesjonalista-potencjalny klient (np. reklamy, nakłanianie do skorzystania z usług firmy),

3. Ustalenia terminologiczne

Ujęcie relacji między *dyskursem* a *retoryką* jest niełatwe. Różnicowanie proponowanych podejść i metodologii na konferencjach (nominalnie) retorycznych i w tomach (nominalnie) re-

torycznych dowodzą, że wśród badaczy nie ma jasności co do intensji i ekstensji obu terminów ani jednomyślności w kwestii ram teoretyczno-metodologicznych obu dziedzin wiedzy – analizy dyskursu i retoryki (zob. niżej). Także w niniejszym tomie niektóre artykuły proponują analizę ściśle retoryczną, inne łączą ujęcie retoryczne i dyskursywne, w jeszcze innych przeważa podejście dyskursywne, zawierające pewne odniesienia do pojęć retorycznych. Dlatego interesujące jest naszkicowanie relacji między *retoryką* i *dyskursem* oraz dziedzinami wiedzy, które się nimi zajmują.

3.1. Dyskurs a retoryka

Z punktu widzenia chronologii, pojęcie *retoryka*, sięgające starożytności, poprzedza pojęcie *dyskursu*, które wprowadzono do humanistyki jako odrębny przedmiot rozważań dopiero w XX wieku (Pêcheux 1969; omówienie trendów w badaniach nad dyskursem, zob. np. Duszak 1998; Johnstone 2008). Podczas gdy w językach romańskich ‘dyskurs’ odnosi się m.in. ogólnie do zjawiska mowy oraz do nazwy gatunku mowy (‘przemowa’, ‘przemówienie’), w języku polskim jest to zapożyczenie, funkcjonujące w ramach terminologii specjalistycznej.

Jeśli zdefiniować współczesne pojęcie *dyskursu* ogólnie jako „tekst w kontekście”, to jest on obiektem zainteresowania także retoryki jako dziedziny wiedzy i dyscypliny akademickiej. To dopowiedzenie – *retoryka jako dziedzina wiedzy* – jest konieczne ze względu na fakt, że pojęcie ‘retoryka’ jest używane w rozmaitych znaczeniach. Na przykład Gross (2006: 10) podkreśla, że retoryka jest jednocześnie uwikłaną praktyką kulturową (*embedded cultural practice*) i postawą inwencyjną (*inventive attitude*), która pozwala nam na krytyczną refleksję wobec tejże praktyki. Zdaniem Grossa (2006: 10), podobnie jak inne termi-

ny klasyczne – *filozofia* i *medycyna* – również *retoryka* może się odnosić do konkretnej praktyki (w egzemplifikacji autora: „czysta retoryka”), do działalności jej wykonawcy-retora (*the rhetorician*), do jakości dyskursywnej (autor podaje przykład „retoryki pasji” – *the rhetoric of passions*) oraz do teorii („treści *Retoryki* Arystotelesa”). Gross twierdzi, że postawa inwencyjna (którą retoryka dzieli z klasyczną poetyką) odróżnia retorykę od filozofii (która skupia się na opisie) oraz od medycyny (którą łączy z retoryką postawa interwencyjna). Używanie terminu *retoryka* w tak różnych znaczeniach, czasem nawet w jednym zdaniu, nierzadko prowadzi do błędu ekwiwokacji.

Dla jasności dalszego wywodu, użyteczne jest dokonanie podstawowych rozróżnień. Ponieważ w tekstach starożytnych retorykę omawiano często w kontekście polityki (Arystoteles, *Retoryka* 1358a, 25-30), dla uwydatnienia interesujących nas tu znaczeń dogodne jest posłużenie się terminologią, która – analogicznie do rozróżnienia *polityki* i *politologii* (nauki o polityce) – pozwoli na sprecyzowanie znaczeń, odróżniając *retorykę* od „*retorykologii*” (nauki o retoryce). W poniższych rozważaniach pomijamy jako nieistotne dla omawianego tu tematu pojęcia *polityczności* i *retoryczności* oraz rozliczne inne dystynkcje, jak choćby te zreferowane powyżej za Grossem (2006).

Odsyłając po szczegółowe omówienia do literatury przedmiotu (np. Borowiec, Kłosowicz i Ścigaj 2014), ‘polityka’ – w interesującym nas aspekcie – to działanie dla dobra wspólnoty, wykonywane przez obywateli tylko z tego tytułu, że są obywatelami. Zgodnie z wizją demokracji ateńskiej, możliwość biernego i czynnego udziału w polityce nie wymagała żadnych kwalifikacji specjalistycznych (jakkolwiek działalność jako polityk oczywiście wymuszała nabywanie w praktyce odpowiednich kompetencji, m.in. w tworzeniu takich gatunków mowy jak np. przemówienia). Analogicznie, ‘retoryka’ – w interesują-

cym nas tu aspekcie – to działanie wykonywane przez każdego człowieka z tego tylko tytułu, że jest człowiekiem:

Wszyscy więc w jakimś stopniu posługujemy się jedną i drugą sztuką [= retoryką i dialektyką], gdyż każdy człowiek w pewnej mierze ma do czynienia z podważaniem lub udowadnianiem jakiegoś sądu, z oskarżeniem lub obroną. Wielu czyni to na wyczucie, inni natomiast dzięki nabytej w doświadczeniu dyspozycji. (Arystoteles, *Retoryka* 1354a)

W tym ujęciu, każdy gatunek mowy – przemowa, dyskusja, spór czy jakikolwiek inny – zakłada wykorzystanie retoryki. Zatem, z tego punktu widzenia, podobnie jak „nie można się nie komunikować” (*one cannot not communicate*, Watzlawick, Beavin i Jackson 1967: 51), nie można również nie stosować retoryki (i, analogicznie, nie można nie stosować dyskursu).

3.2. Praktyka i refleksja

Między polityką a politologią, retoryką a „retorykologią” można wyróżnić mnóstwo „refleksyjnych praktyk”, uprawianych przez osoby o różnym stopniu wglądu teoretycznego we własne działanie. Każda dziedzina ważnego dla człowieka działania skłania go do przemyśleń, jak funkcjonują zależności w tym obszarze i jak można obrócić je w praktyce na swoją korzyść, aby *techné* (technika/sztuka) przeważała nad *tyche* (szczęśliwym trafem). Refleksja ta pozwala dostrzec możliwości wyboru między dostępnymi opcjami. Polityk, jego zaplecze (doradcy, sztabowcy, eksperci), jak również komentatorzy i dziennikarze polityczni zastanawiają się nad istniejącymi zależnościami, tworząc mniej lub bardziej trafne teorie i systematyzacje, niektóre nawet publikowane w poradnikach czy esejach. Mówca czy w ogóle każdy mówiący może się zastanawiać, jakie zależności pojawiają się w mechanizmach podważania lub udowadniania jakiegoś sądu, oskarżenia lub obrony: na czym polega ich większa lub mniej-

sza skuteczność i jak taka wiedza może udoskonalić praktyczne umiejętności perswazyjne. Taką właśnie systematyzacją były pierwsze dzieła – Koraksa, Tyzjasza czy Arystotelesa – dotyczące retoryki.

3.3. „Dyskursologia” i „retorykologia”

Już w V wieku p.n.e. kiedy zaczynały powstawać opracowania na temat „podważania lub udowadniania jakiegoś sądu, oskarżenia lub obrony” uznano, że zarówno dialektyka, jak i retoryka „nie stanowią przedmiotu żadnej określonej nauki” (Arystoteles, *Retoryka* 1354a): mogą być zatem obiektem namysłu i systematycznego opisu, ale nie należą do obszaru *episteme* (‘wiedzy pewnej’). Czy zatem w ich przypadku możliwe jest przejście z poziomu wstępnej konceptualizacji (zazwyczaj „interesownej”, mającej na celu doskonalenie praktyki) na poziom dyscypliny naukowej (przynajmniej deklaratywnie bezinteresownej, zajmującej się wiedzą dla wiedzy)?

Odpowiedź zależy m.in. od przyjętej definicji ‘nauki’: czy to tylko *science* (zaliczana do *episteme* ‘wiedzy pewnej’, czyli – według terminologii Windelbanda – do nauk nomotetycznych), czy jednak *Wissenschaft* (zdyscyplinowany, systematyczny namysł nad jakimś obszarem poznania, włączający także dziedziny idiograficzne, zaliczane do humanistyki). Zwolennicy jedności nauki wymagają jednolitych standardów metodologicznych niezależnie od przedmiotu poznania, aby uzyskać wiedzę pewną. Strona przeciwna uznaje, że różne jakościowo przedmioty poznania wymagają różnych podejść badawczych; podkreśla się również, że to, co w danym okresie uznawano za wiedzę pewną, z perspektywy historycznej okazywało się jedynie pewnym możliwym ujęciem, obciążonym rozmaitymi błędami.

Pomimo kontestacji z przyczyn teoretyczno-metodologicznych (kwestionowanie statusu przedmiotu poznania, metodologii oraz pewności uzyskiwanych rezultatów), zinstytucjonalizowano jako dyscypliny akademickie różne dziedziny nie należące do *science*, jak np. politologię.

Podczas gdy nomenklatura pozwala na odróżnienie *polityki* i *politologii* (lub *nauki o polityce*) czy *dyskursu* i *dyskursologii* (jednej z nazw dziedziny wiedzy, czasem utożsamianej z *analizą dyskursu*), pole semantyczne ‘retoryki’ nie obejmuje analogicznego rozróżnienia między *retoryką* i „*retorykologią*” (choć czasem pojawia się zwrot *nauka o retoryce*), które pozwoliłoby na unikanie wspomnianego wyżej częstego błędu ekwiwokacji. Dla uwidocznienia różnicy, w niniejszym tekście pozwolę sobie na wprowadzenie tego neologizmu, co pozwoli osiągnąć większą precyzję wyводу.

Podniesiona przez Arystotelesa (*Retoryka* 1354a) kwestia, czy retoryka „nie stanowi [i – wypada się spytać – czy nie może stanowić] przedmiotu żadnej określonej nauki” wymagałaby szczegółowej analizy z zakresu epistemologii. Na użytek niniejszego krótkiego wprowadzenia niech wystarczy zatem uznanie faktu, że artykuły, referaty konferencyjne, wykłady akademickie (np. na tak uznanych wydziałach uniwersyteckich jak *Seminar für Allgemeine Rhetorik* na Uniwersytecie w Tybindze czy *Department of Speech Communication, Argumentation Theory and Rhetoric* na Uniwersytecie w Amsterdamzie) oraz książki „retorykologiczne” nie są bezprzedmiotowe. W tekstach tych można określić wiodący temat: najogólniej, „retorykolodzy” tworzą w nich nowe koncepcje teoretyczne dotyczące „podważania lub udowadniania jakiegoś sądu, oskarżenia lub obrony” i/lub analizują wcześniejsze modele tych relacji: od V wieku p.n.e. do XXI wieku powstała już niezwykle bogata literatura przedmiotu. Ze względu na to, że omówiona wyżej (zob. 4.2)

refleksyjna praktyka to nierzadko wnikliwe studia przedmiotu (jak choćby *Retoryka* Arystotelesa, która przez samego autora nie była przecież traktowana jako studium naukowe), kwestia kategoryzacji tekstów bywa dyskusyjna. Czasem opracowania z dziedziny refleksji „interesownej” wnoszą bowiem wiele do zrozumienia istoty zagadnienia. Zrozumieniu „bezinteresownemu” – zgłębianiu wiedzy dla wiedzy – służą wprowadzane pojęcia teoretyczne, ujęte w terminologię zależną od proponowanych modeli teoretyczno-metodologicznych (np. Burke 1945; Booth 1963; Perelman i Olbrechts-Tyteca 1958). Różne ujęcia pozwalają na wielopoziomowe analizy, interpretacje i na wzajemne krytyki. Wciąż jeszcze należy doprecyzować miejsce „retorykologii” wśród innych dyscyplin akademickich, aby możliwe było prowadzenie rzetelnych badań interdyscyplinarnych czy wielodyscyplinarnych (zob. Załęska 2006).

3.4. Podobieństwa i różnice

„Retorykologia” zajmuje się tekstem w kontekście – czyli poniekąd tym samym co dyskursologia (względnie analiza dyskursu) – ale koncentruje się na próbach zrozumienia zjawisk związanych z „podważaniem lub udowadnianiem jakiegoś sądu, z oskarżeniem lub obroną”. W modelu Arystotelesa, za przejawy retoryki godne refleksji uznano jedynie wybrane typy tekstów w kontekstach komunikacji publicznej, ujęte w ramę teoretyczną trzech rodzajów retorycznych (*genera dicendi*): makrokontekst wartościowania w rodzaju popisowym (*genus demonstrativum*); makrokontekst polityczny w rodzaju doradczym (*genus deliberativum*) oraz makrokontekst oskarżania i bronięcia w rodzaju sądowniczym (*genus iudiciale*).

Obie dyscypliny – „retorykologię” i analizę dyskursu („dyskursologię”) – różni także cel badań. W „retorykologii” jest

nim re-konstrukcja relacji między „niewidzialnym” (intencjami perswazyjnymi nadawcy w danym kontekście komunikacji) a „widzialnym” (to, co faktycznie powiedziane lub napisane). W analizie dyskursu celem jest re-konstrukcja relacji między „niewidzialnym” (rozumianym tu jako uwarunkowania kulturowe, ideologiczne, polityczne) a „widzialnym” (to, co faktycznie powiedziane lub napisane). Podczas gdy „retorykologia” skupia się na świadomych i celowych działaniach (zazwyczaj zidentyfikowanego) nadawcy, analiza dyskursu zajmuje się raczej zjawiskami emergentnymi, makrostrukturami nieświadomie wytwarzanymi, podtrzymywanymi i modyfikowanymi w ramach mikropraktyk komunikacji.

W użytym pojęciu *re-konstrukcja*, przedrostek *re-* oddaje próbę odtworzenia przez badacza istniejącej relacji; termin *-konstrukcja* natomiast wskazuje, że taka próba uchwycenia zależności może doprowadzić tylko do stworzenia pewnego *modelu* teoretycznego. Żaden model nie jest neutralny: stanowi konstrukt pojęciowy, uwarunkowany kulturą i paradygmatem myślenia badacza, podejmującego się tego zadania.

W badaniach zmierzających do osiągnięcia celów poznawczych „retorykologii” oraz analizy dyskursu występują oczywiste punkty styeczne. Intencje są bowiem komunikowane w konkretnych uwarunkowaniach kulturowych, ideologicznych, politycznych; z drugiej strony, sam kontekst kulturowy, ideologiczny, polityczny ulega transformacji pod wpływem komunikowania intencji. Przykładem tego wzajemnego wpływu mogą być prowadzone ze świadomymi intencjami kampanie polityczne lub argumentacja na rzecz nowych metod myślenia w nauce (Kuhn 1970), które modyfikują zastane uwarunkowania kulturowe, ideologiczne, polityczne.

Pomimo punktów styecznych w dziedzinie tematyki, zróżnicowanie między obydwoma dziedzinami wynika ze specyficz-

nego podejścia metodologicznego każdej z nich do przedmiotu badań. Definityjne dla każdej z omawianych dziedzin są badania, które koncentrują się na *relacji* między „niewidzialnym” a „widzialnym”, przyczyniając się do rozwoju teoretycznego obu dyscyplin i dając wgląd teoretyczny w nieoczywiste mechanizmy, niedostrzegalne dla niespecjalistów.

Wzorcowe badania retoryczne w ramach „retorykologii” mówią nie tylko *o retoryce*, ale oferują także *analizę retoryczną*. Innymi słowy, specjaliści operują w ramach teoretyczno-metodologicznych „retorykologii”, co pozwala im na nietrywialny (czyli wysoce informatywny²) wgląd w relację między tym, co „niewidzialne”, a tym, co „widzialne”. Aparat pojęciowy analizy retorycznej oferuje zróżnicowany zestaw narzędzi poznania, zależny od przyjętych ram teoretycznych: przykładowo, analizę retoryczną można prowadzić odwołując się np. do arystotelesowskiej triady pojęć *logos*, *ethos* i *pathos* albo do pentady Burke’a (1945): akt (*act*), aktor (*agent*), działanie (*agency*), cel (*purpose*), scena (*scene*).

Podobnie, wzorcowe badania dyskursywne (w ramach „dyskursologii”) nie tylko mówią *o dyskursie*, ale także prowadzą *analizę dyskursywną*. W analizie dyskursywnej wgląd teoretyczny uzyskuje się stosując i rozwijając aparat pojęciowy dyscypliny, który pozwala dokonywać nieoczywistych obserwacji na temat związków między tym, co „niewidzialne” i tego, co „widzialne”, jak choćby w ramach systematycznej analizy treści (*content analysis*, zob. np. Berelson 1952; Krippendorff 2004), analizy ramowej (*frame analysis*, zob. Goffman 1974) czy Krytycznej Analizy Dyskursu (*Critical Discourse Analysis*, zob. Fairclough i Holes 1995).

2 ‘Informatywność’ (w jakim stopniu informacja jest nowa lub nieoczekiwana dla odbiorcy) to pojęcie zapożyczone z lingwistyki tekstu Beaugrande’a i Dresslera (1981).

Wyrazisty nurt w obu dyscyplinach stanowią także badania, które skupiają się nie tyle na *relacji* między „niewidzialnym” a „widzialnym” (czyli na widzialnych znakach niewidzialnego), lecz raczej na *obiekcie* materialnym, zatem tylko na tym, co „widzialne” (słowa, zdania, fragmenty tekstu, komunikaty wizualne). W badaniach tego typu preferuje się metody deskryptywne (np. streszczenia lub parafrazy przykładów oraz odnośne komentarze) lub metody kategoryzacji (przykłady są grupowanie według istniejących kategorii retorycznych lub dyskursywnych), jednak raczej bez nowych propozycji konceptualizowania teoretycznego relacji wcześniej niedostrzeganych (czyli interpretacji widzialnych znaków niewidzialnego). Tego typu ujęcia, o nachyleniu językowym, w badaniach nad retoryką dotyczą głównie *elocutio* (identyfikacji figur retorycznych, komentarzy do wyborów składniowych czy stylistycznych) oraz *dispositio* (omawiania struktur tekstu, czasem z odwołaniami do lingwistyki tekstu). Analogiczny nurt w analizie dyskursu koncentruje się na rozmaitych zjawiskach dotyczących treści i konstrukcji tekstu (spójność pojęciowa, wskaźniki nawiązania, gęstość informacyjna, wykładniki gatunków mowy itp.).

W niektórych badaniach, przedmiotem jest wprawdzie *retoryka*, jednak bez *analizy retorycznej*; zamiast tego, stosuje się w sposób systematyczny lub wybiórczy aparat pojęciowy analizy dyskursu, pragmatyki, socjologii, antropologii czy kulturologii. Analogicznie, w niektórych badaniach obiektem jest wprawdzie *dyskurs*, lecz bez *analizy dyskursu* i właściwego jej aparatu pojęciowego. Zamiast tego, w badaniach pojawia się mieszanka terminologii dyskursywnej, pragmatycznej i/lub retorycznej. Czasami dzięki takiemu podejściu uzyskuje się opracowane modele interdyscyplinarne (np. *Rhetorical Structure Theory*, czyli *RST*, zaproponowana w ramach analizy dyskursu przez Manna i Thompson 1987, albo interpretacja analizy

ramowej jako krytyki retorycznej, zob. Kuypers 2009 i 2010). Obecne są również odwołania do innych dyscyplin (socjologii, antropologii, historii, filologii itd.).

Obydwa ujęcia – zarówno badania „ortodoksyjne”, w ramach autonomicznej dyscypliny, jak i badania „heterodoksyjne”, czerpiące pojęcia z innych dziedzin – mogą być oceniane pozytywnie lub negatywnie. W zależności od jakości, badania prowadzone autonomicznie w ramach danej dyscypliny mogą bowiem świadczyć albo o jej wielkim potencjale stawiania wciąż nowych pytań badawczych dotyczących własnego obiektu badań, albo, wręcz przeciwnie, stanowić przejaw petryfikacji i stagnacji dziedziny zamkniętej w swoim uniwersum. Jeśli natomiast dana dyscyplina obficie czerpie z dorobku innych, może to oznaczać jej rozwój dzięki szerszemu horyzontowi intelektualnemu i projektowaniu badań międzydyscyplinarnych lub interdyscyplinarnych (Załęska 2006). Może jednak świadczyć też o słabości dyscypliny: nie dowierzając sile problematyzowania i teoretyzowania własnej dyscypliny, badacze sięgają wybiórczo po pojęcia z innych dyscyplin, a przeprowadzane badania stanowią czasem jedynie „akademicki ciąg swobodnych skojarzeń” (*academic flow of consciousness*, jak Duszak 1994 określa pewne praktyki komunikacyjne w dyscyplinach humanistycznych).

4. Prezentacja tomu

We wszystkich tekstach zebranych w tomie pojawiają się, w różnych konfiguracjach, słowa-klucze: wiedza, specjalizacja, wiedza specjalistyczna, język, dyskurs, retoryka. Artykuły odzwieczają współczesne praktyki badawcze: od studiów proponujących analizę retoryczną i/lub metaanalizę koncepcji retoryki w kontekście komunikacji specjalistycznej po artykuły, łączące ujęcie retoryczne z pojęciami analizy dyskursu lub –

zmieniając środek ciężkości – podejście dyskursywne z pojęciami retorycznymi.

Tom otwierają refleksje epistemologiczne na temat sposobów i metod poznania. W artykule „Myśl klasycznych sofistów i komunikacja specjalistyczna”, Cyprian Mielczarski omawia problematyzację praktyk poznawczych przez sofistów. Autor poszukuje w myśli sofistów źródeł współczesnych koncepcji filozofii komunikacji, szczególnie postmodernizmu, który kontestuje ideę poznania obiektywnego. Przedstawia wkład sofistów, zwłaszcza Gorgiasza, w koncepcję pluralistycznej pedagogiki dialogu różnych racji w ramach rozmaitych nauk współczesnych. Omawia także interpretację myśli sofistów w czasach nowożytnych, podkreślając wkład Nietzschego oraz rozwinięcie koncepcji antycznych w Nowej Retoryce Perelmana. W kontekście komunikacji specjalistycznej autor na różnych przykładach pokazuje, że wbrew idealistycznej koncepcji nauki jako poznania obiektywnego, rozmaite dyscypliny rozwijają się poprzez złożone akty perswazji specjalistycznej.

Maria Załęska, w artykule pt. „Retoryka a wiedza: komunikacja niespecjalistyczna i specjalistyczna” koncentruje się na relacji między typami wiedzy (niespecjalistyczną i specjalistyczną) a sposobami jej przedstawienia. W artykule wyróżniono cztery modele ujmowania relacji retoryki i komunikacji specjalistycznej naukowej. Zostały one umownie nazwane modelami: opozycji, proporcjonalności, ekwiwalencji i *continuum*. W każdym z nich postuluje się nieco inną definicję retoryki oraz wiedzy specjalistycznej, z czego wynika odmiennność wzajemnych relacji między nimi. W artykule usystematyzowano także kryteria, uznane za istotne w ramach każdego z wyróżnionych modeli.

Urszula Zaliwska-Okrutna, w artykule „Retoryka a pismo: specjalizacja myślenia”, omawia natomiast jedną z „technologii

intelektu” (by użyć sformułowania Onga), a mianowicie pismo. Problem jest istotny w kontekście retoryki która, jak wiadomo, początkowo dotyczyła wyłącznie komunikacji ustnej i była wręcz utożsamiana z oratorstwem. Autorka omawia badania na temat relacji między stopniem upiśmiennienia, specjalizacji myślenia o języku i ogólnym zasobem wiedzy, odzwierciedlonych w strukturze neuronalnej ludzkich umysłów. Przedstawia także nowy obszar badawczy, obejmujący kwestie retoryki oralności wtórnej i pisemnej, czyli post-oralności.

Druga grupa artykułów to analiza konkretnych tekstów przekazujących specjalistyczną wiedzę naukową. Ujmując kwestię z punktu widzenia historycznego, artykuł Beaty Gaj pt. „Retoryka i medycyna: wizerunek kobiety w traktatach medycznych na dawnym Śląsku” skupia się na zastosowaniach retoryki w tekstach naukowych dla ułatwienia przekazywania wiedzy specjalistycznej. W artykule omawiana jest głównie relacja *inventio* i *elocutio* w traktatach XVI- i XVII-wiecznych medyków: jak wybory elokucyjne (unikanie specjalistycznej terminologii, konstruowanie wyrazistych obrazów i metafor) i pewne techniki oralności (tj. retoryki rozumianej jako koncepcja żywej komunikacji z audytorium w bezpośrednich interakcjach), obecne w tekstach pisanych, mogą przybliżyć niespecjalistom wiedzę specjalistyczną.

W artykule pt. „Retoryczne i pragmatyczne funkcje zaimków pierwszej osoby w polskim i angielskim dyskursie naukowym”, Grzegorz Kowalski zajmuje się współczesnymi artykułami specjalistycznymi z dziedziny lingwistyki. Autor omawia różne konwencje ukrywania lub ujawniania poprzez wykładniki językowe obecności badacza w tekście, które odzwierciedlają ewolucję koncepcji poznania. W modelu kartezjańskim – opartym m.in. na zasadach depersonalizacji, obiektywizmu i antyretoryczności stylu – wymaga się programowej niewidzialności

badacza, czego manifestacją jest preferencja dla form nieosobowych. W modelu niekartezjańskim – opartym m.in. na zasadach personalizacji, subiektywizmu i retoryczności stylu – uwypuklany jest natomiast wymiar personalny praktyk naukowych, m.in. dzięki zastosowaniu zaimków osobowych. W tekście autor zaproponował kategoryzację zaimków, która systematyzuje role, jakie badacz konstruuje dla siebie w tekście.

Trzecia grupa tekstów przedstawia różne studia przypadków w dziedzinie upowszechniania nauki. Ewa Tarasek, w artykule pt. „Mechanizmy retoryczne w popularyzacji naukowej”, stosuje ramę pojęciową Nowej Retoryki, aby przedstawić sposoby przechodzenia, w tekstach z dziedziny biologii, od konwencji poznania ściśle naukowego na niższy poziom abstrakcji. Autorka wyróżnia schematy argumentacyjne, których odpowiednie zastosowanie ułatwia laikom przyswojenie złożonej wiedzy specjalistycznej.

Artykuł „Do kogo mówi ekspert? Dynamika informacyjna wybranych tekstów z prasy polskiej i francuskiej”, autorstwa Agnieszki Kulczyńskiej, dotyczy porównania konstrukcji dyskursywno-retorycznej dwóch tekstów na temat wprowadzenia iPada, zaczerpniętych z prasy polskiej i francuskiej. Opis nowego urządzenia oznaczał m.in. konieczność przekazania czytelnikom informacji technicznych, wymagających wiedzy specjalistycznej. Na podstawie analizy trzech aspektów dynamiki informacyjnej – typów progresji tematycznej, gęstości informacyjnej oraz zakładanej wiedzy odbiorcy – autorka wykazała, że tekst polski jest trudniejszy w odbiorze dla niespecjalisty od tekstu francuskiego. W interpretacji autorki, niedostosowanie stopnia trudności przekazu do faktycznej wiedzy odbiorcy stanowi wyrok przeciw retorycznej zasadzie stosowności.

Dziennikarstwem dotyczącym upowszechniania wiedzy specjalistycznej zajmuje się także Tomasz Konik w artykule

„Przypadki retorycznie istotnych zmian redakcyjnych w tłumaczeniach publicystyki prasowej o tematyce gospodarczej”. Autor omawia dwie kategorie modyfikacji tekstowych, wprowadzane przez polskich tłumaczy angielskich artykułów publicystycznych: eliminacja lub skracanie fragmentów, w których pojawiają się odwołania do osobistych doświadczeń autora *bez związku* z jego wiedzą specjalistyczną, oraz podobne zabiegi w odniesieniu do fragmentów *mających związek* z jego wiedzą specjalistyczną. Zwłaszcza te ostatnie modyfikacje mogą zmniejszać siłę perswazyjnego oddziaływania tekstu i percepcję *ethosu* autora jako specjalisty. Zgodnie z interpretacją zaproponowaną w artykule, pomijanie lub modyfikowanie wybranych kategorii informacji może wynikać z różnic międzykulturowych w konwencjach komunikacji specjalistycznej.

Czwarta grupa tekstów dotyczy retoryki w komunikacji zawodowej. Profesjoniści mogą się komunikować z innymi specjalistami oraz z klientami-niespecjalistami. Tej ostatniej sytuacji komunikacyjnej dotyczy tekst Małgorzaty Marii Bogdan i Gabriela Łasińskiego pt. „Retoryka w pracy rezydentów biur podróży”. Autorzy zestawiają wyniki dotychczasowych badań nad motywacjami urlopowiczów. Analiza pokazuje przewagę u urlopowiczów motywacji subiektywnych (emocje i potrzeby psychospołeczne) oraz społecznych (kształtowanych przez opinie poprzednich klientów biura i opinię towarzyszy podróży) nad motywacjami, wynikającymi z obiektywnej atrakcyjności regionu. Rezydenci biur podróży mogą wykorzystywać przedstawione rezultaty do konstruowania bardziej perswazyjnych przekazów w sprzedaży oferty turystycznej, co potencjalnie przyczyni się do podniesienia kompetencji profesjonalnych tej grupy zawodowej.

Czasami wyniki pracy profesjonalistów są przedstawiane przez dziennikarzy w mediach; co więcej, w niektórych przy-

padkach to właśnie dziennikarze przekonują do zaakceptowania efektów pracy profesjonalistów. O takiej sytuacji komunikacyjnej pisze Anna Karwowska w artykule pt. „Retoryka w specjalistycznym dyskursie mody”. Na podstawie tekstów dotyczących mody, pochodzących z internetowych wydań popularnych włoskich czasopism dla kobiet, autorka rekonstruuje charakterystyczne schematy perswazji, stosowane przez autorów tekstów w celu nakłonienia czytelniczek do przyjęcia nowych trendów. Przekonywanie do akceptacji wciąż nowych propozycji stylistów opiera się w głównej mierze na umiejętnym wykorzystaniu przez dziennikarzy wyselekcjonowanej grupy środków retorycznych: toposu czasu, autorytetu, przyczyny sprawczej oraz metafor kognitywnych.

Ostatni dział dotyczy analizy retorycznej poradników poświęconych kwestii zwiększania skuteczności perswazji. Wprawdzie sami autorzy analizowanych tekstów nie klasyfikują ich jako poradników *retoryki*, lecz udzielane rady faktycznie dotyczą obszaru zainteresowań retoryki.

W artykule Beaty Gaj pt. „Przystępna wiedza”, czyli o przywracaniu komunikatywności”, komunikatywność jest określana jako zrozumiałość tekstu specjalistycznego dla niespecjalistów. Według diagnozy autorki, we współczesnej literaturze naukowej im bardziej tekst jest specjalistyczny, tym mniej komunikatywny. Proponowanym remedium ma być uprzyśpieszenie niespecjalistom wiedzy specjalistycznej poprzez zabiegi retoryczne, ułatwiające i uprzyjemniające im lekturę. Autorka pokazuje, że współczesna literatura poradnikowa, dotycząca m.in. ciekawszego pisania tekstów naukowych, sugeruje zastosowanie tych samych mechanizmów, co nauka o retoryce – jakkolwiek bez świadomości, że czerpie z jej dorobku i w związku z tym bez adekwatnej nomenklatury. Autorka przytacza także przykłady komunikatywnego pisania tekstów naukowych, urozmaiconego

użyciem różnych środków retorycznych i odwoływaniem się do estetyki literackiej.

Monika Worsowicz w artykule „Jak pisać do internetu? Retoryczne aspekty poradnictwa warsztatowego” analizuje treść i sposób komunikowania wskazówek warsztatowych, kierowanych przez redaktorów-praktyków do nieprofesjonalistów zainteresowanych pisaniem dziennikarskich tekstów informacyjnych *on-line*. Autorzy tekstów poradnikowych nie używają terminologii retorycznej, lecz treść ich porad dotyczy wybranych aspektów *inventio* (obiektywność, oryginalność) oraz *elocutio* (skrótowość, prostota języka, wybór nieskomplikowanego słownictwa). W tekstach poradników autorzy zazwyczaj stosują się do własnych rad, szczególnie w zakresie *inventio* (dobór praktycznych, ciekawych tematów) i *elocutio* (prostota języka, unikanie terminologii specjalistycznej, krótkie zdania).

Artykuły w tomie prezentują rozmaite ujęcia komunikacji specjalistycznej, uwypuklając aspekty ściśle retoryczne, retoryczno-dyskursywne lub dyskursywno-retoryczne. Różnorodność proponowanych podejść teoretyczno-metodologicznych oraz sytuacji komunikacji specjalistycznej sprawiają, że tom może stanowić źródło inspiracji do dalszych badań nad sposobami dzielenia się wiedzą.

Bibliografia

- Arystoteles 2004. *Retoryka. Retoryka dla Aleksandra. Poetyka*. Przekł. H. Podbielski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Beaugrande, R. i W. Dressler. 1981. *Introduction to Text Linguistics*. London and New York: Longman
- Berelson, B. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press.

- Booth, W. 1963. *The rhetoric of fiction*. Chicago: University of Chicago Press.
- Borowiec, P., R. Kłosowicz i P. Ścigaj (red.) 2014. *Odmiany współczesnej nauki o polityce*. Tom I. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Burke, K. 1945. *A grammar of motives*. Los Angeles: University of California Press.
- Cempel, Cz. 2002. „Społeczeństwo wiedzy – nowy wymiar kreowania i użytkowania wiedzy: próba sformułowania”. *Nauka* (3). 137-146.
- Connor, U. i T. A. Upton. 2004. “The genre of grant proposals: A corpus linguistic analysis”. W: *Discourse in the Professions: Perspectives from Corpus Linguistics*. Red. U. Connor i T. A. Upton. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins. 235-252.
- Duszak, A. 1994. “Academic Discourse and Intellectual Styles”. *Journal of Pragmatics* 21. 291-313.
- Duszak, A. 1998. *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*. Warszawa: PWN.
- Fairclough, N. i C. Holes. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Foucault, M. (1975) 2011. *Nadzorować i karać*. Warszawa: Aletheia.
- Goffman, E. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Goodwin, J. (red.) 2012. *Between Scientists & Citizens: Proceedings of a Conference at Iowa State University, 1-2 June, 2012*. Ames, IA: GPSSA.
- Gross, A. G. 2006. *Starring the text. The place of rhetoric in science studies*. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.

- Jabłoński, A. 2006. *Budowanie społeczeństwa wiedzy: zarys teorii społecznej Karla R. Poppera*. Lublin: KUL.
- Jabłoński, A., J. Szymczak i M. Zemło (red.) 2015. *Kreowanie społeczeństwa niewiedzy*. Lublin: KUL.
- Kneupper, C. W. 1979. "Dramatistic invention: The pentad as a heuristic procedure". *Rhetoric Society Quarterly*, 9 (3). 130-136.
- Krippendorff, K. 2004. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kuhn, T. 1970. *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuypers, J. A. 2009. *Rhetorical Criticism: Perspectives in Action*. Lanham, MD: Lexington Press.
- Kuypers, J. A. 2010. "Framing Analysis From a Rhetorical Perspective". W: *Doing News Framing Analysis*. Red. P. D'Angelo i J. A. Kuypers. New York: Routledge. 286-310.
- Mann, W. i S. Thompson. 1987. "Rhetorical Structure Theory: Description and Construction of Text Structure". W: *Natural Language Generation*. Red. G. Kempen. The Hague: Martinus Nijhof. 85-96.
- Micklethwait, J. i A. Woolridge. 2000. *Szamani zarządzania*. Poznań: Zysk i S-ka
- Neuendorf, K. A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pawłowski, K. 2004. *Spółeczeństwo wiedzy: szansa dla Polski*. Kraków: Znak.
- Pêcheux, M. 1969. *Analyse automatique du discours*. Paris: Dunod.
- Perelman, Ch. i L. Olbrechts-Tyteca. 1958. *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*. Paris: Presses Universitaires de France.

- Such, J. i J. Wiśniewski (red.) 2007. *Molding of the society based on knowledge: role of science, technology and education*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza
- Watzlawick, P., J. Beavin i D. D. Jackson. 1967. *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*. New York: W.W. Norton.
- Załęska, M. 2006. „Pogranicza dyscyplin: retoryka a językoznawstwo”. W: *Retoryka w Polsce. Teoria i praktyka w ostatnim półwieczu*. Red. M. Skwara. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński. 11-38.
- Załęska, M. 2012. “Terminologia retoryki”. W: *Termin w językoznawstwie*. Red. D. Brzozowska i W. Chłopicki. Kraków: Tertium. 111-124.

Myśl klasycznych sofistów i komunikacja specjalistyczna

Cyprian Mielczarski

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. W artykule omówiono problematyzację praktyk poznania przez sofistów, uznaną za starożytne źródło postmodernistycznej postawy wobec wiedzy. W tekście komunikacja specjalistyczna jest traktowana jako przypadek szerszej kategorii: komunikacji skontekstualizowanej. Jak pokazano w tekście, głoszony przez sofistów relatywizm – uwzględnienie sytuacji, odbiorców, wiedzy uprzedniej oraz celów – stanowi esencję komunikacji specjalistycznej. Konfrontacja myśli sofistów z jej współczesnymi kontynuacjami – rozwijanymi w pracach Nietzschego, Perelmana i Kuhna – dowodzi witalności podejścia sofistów do wiedzy.

Słowa kluczowe: retoryka, sofisci, wiedza specjalistyczna, relatywizacja, postmodernizm, demokracja

Ancient sophists' thought and specialised communication

Abstract. *The paper discusses the problematization of cognitive practices by sophists, regarded as an ancient source of the postmodern attitude towards knowledge. In the paper, specialised communication is viewed as a case of a broader category, that of contextualized communication. As shown in the paper, the relativization, proclaimed by sophists – i.e., taking into account situation, audience, previous knowledge, and goals – is the very essence of specialised communication. The confrontation of sophists' ideas with their modern continuations, developed in the works by Nietzsche, Perelman and Kuhn, proves the vitality of sophists' approach towards knowledge.*

Retoryka w komunikacji specjalistycznej. Red. Maria Załęska.
Warszawa: Polskie Towarzystwo Retoryczne. 2015.

Key words: *rhetoric, sophists, specialised communication, relativization, postmodernism, democracy*

1. Wstęp

W naszych czasach wszelkie rozważania dotyczące komunikacji między ludźmi w realiach demokratycznych należy rozpocząć od postawienia zasadniczego pytania: w jakim stopniu słowo i jego różne wytwory decydują o naszym postępowaniu i w jakim stopniu otaczająca nas rzeczywistość zależna jest od wszechobecnej sztuki przekonywania, która kształtuje życie publiczne i wszystkie inne sfery jednostkowych oraz zbiorowych zachowań? Pytanie to zamierzamy zadać w odniesieniu do komunikacji specjalistycznej, którą możemy nazwać dialogiem ekspertów we wszystkich sferach zawodowych i społecznych. Aby zrozumieć prawa rządzące tym dialogiem cofniemy się do nauki pierwszych sofistów z epoki demokracji ateńskiej, takich jak Protagoras i Gorgiasz, ponieważ mędrcy ci stworzyli podwaliny europejskiej teorii i praktyki wymowy. Są także patronami pluralistycznej pedagogiki dialogu różnych racji i wszystkich nauk współczesnych dotyczących sztuki przekonywania, która w naszych czasach obejmuje bardzo szerokie instrumentarium.

2. Pojęcie komunikacji specjalistycznej

Kiedy mówimy o postępowaniu ludzi, mamy na myśli nie tylko te ich działania, które wynikają z orientacji symbolicznej, jaką reprezentują, ale także wszystkie inne sfery aktywności ludzkiej oparte na normach i zasadach środowiskowych, obyczajowych oraz kryteriach i relacjach zawodowych. Wydaje się, że pojęcie komunikacji specjalistycznej odnosi się właśnie do tych sfer, co

nie oznacza, że relacje międzyludzkie w owych dziedzinach są wolne od presji kultury symbolicznej, a nawet, jak to określają przedstawiciele różnych orientacji lewicowych – od przemocy symbolicznej. Pojęciem tym bardzo często posługują się ci wszyscy, którzy pragną budować społeczeństwo wolne od perswazji opartej na autorytetach politycznych, kulturowych i religijnych. Wielką kwestią filozoficzną i polityczną jest pytanie, czy można budować takie społeczeństwo w warunkach kultury demokratycznej, która daje ogromne możliwości wywierania wpływu zarówno na masy, jak i na wybrane grupy społeczne, czy jednostki. Niewątpliwie ta presja symboliczna musi pojawiać się także w sferze komunikacji między ekspertami, szczególnie we wszystkich tych dziedzinach, które polegają na interpretacji zjawisk kulturowych w przeszłości i teraźniejszości.

Można uznać, że pojęcie komunikacji specjalistycznej obejmuje wszystkie typy komunikacji oprócz dyskursu publicznego, którego natura jest i będzie zawsze polityczna. Czy takie dziedziny komunikacji, jak nauka i wszelkiego typu komunikacja zawodowa są wolne od szeroko rozumianej polityczności? Niewątpliwie postawione powyżej pytania dotyczące istoty międzyludzkich relacji komunikacyjnych mają głęboko filozoficzny charakter nie tylko dlatego, że dotyczą postaw „politycznych”, obyczajowych i światopoglądowych, które od czasów oświecenia we wszystkich epokach były przedmiotem ostrych sporów i kontrowersji, czego świadectwem jest cała niemal dziewiętnastowieczna i dwudziestowieczna literatura oraz filozofia. Narastanie podziałów światopoglądowych w owym czasie doprowadziło do powstania nowoczesnych partii politycznych. Filozoficzność tych pytań odnosi się do natury relacji międzyludzkich, która, tak jak w przeszłości, będzie zawsze analizowana i oceniana z punktu widzenia określonej opcji czy orientacji filozoficzno-symbolicznej.

Oczywiście nauki społeczne, takie jak socjologia i politologia aspirują do tego, aby w sposób obiektywny i antydoktrynalny badać zachowania wszystkich jednostek, jednak i te dyscypliny, chociaż już dawno wyodrębniły się z filozofii, oparte są na wstępnych założeniach metodologicznych i teoriopoznawczych, które mają wymiar ogólnej interpretacji rzeczywistości. Na przykład generalnie akceptowana teoria kumulacji doświadczenia społecznego jest niczym innym, jak tylko bardzo wyraźną opcją antropologiczną, sprzeczną ze wszystkimi statycznymi i fideistycznymi ujęciami natury człowieka. Postrzeganie i definiowanie charakteru stosunków międzyludzkich w każdym wymiarze zawsze będzie zależne od określonej opcji związanej z interpretacją przeszłości historycznej i społecznej oraz jej wpływu na teraźniejszość. W świetle zarówno klasycznej, jak i najnowszej, postmodernistycznej hermeneutyki każda z tych orientacji jest „interpretacją”, czyli pewnego rodzaju „rozumieniem” otaczającej nas rzeczywistości. Według Nietzschego rangę kulturową jednostki wyznacza jej zdolność i aktywność interpretacyjna. Prawdziwa twórczość będzie zawsze kreacją, która łamie dotychczasowe interpretacje, co więcej, będzie zawsze skazana na następne reinterpretacje. Z tych powodów w naszych czasach filozof ten uważany jest za patrona i inspiratora współczesnej, postmodernistycznej dekonstrukcji (Gadacz 2009: 64). Jego nauka, oparta na sofistycznym relatywizmie teoriopoznawczym, tłumaczy także agonistyczną i perswazyjną istotę stosunków międzyludzkich.

3. Demokracja a dostęp do wiedzy

Jeśli współczesne, postindustrialne społeczeństwo nazywamy społeczeństwem wiedzy, czynimy tak dlatego, ponieważ uwa-

żamy, że dostęp do wiedzy jest niezbędnym warunkiem osiągnięcia sukcesu w tym społeczeństwie. W tej dziedzinie demokratyzacja kultury i nauki osiągnęła największe postępy w drugiej połowie XX wieku. Dlatego kolejnym wielkim pytaniem jest kwestia, czy wiedza dostępna we wszystkich środkach przekazu, ma charakter bezwzględnie obiektywny, czy też jej treść i forma są zależne od podmiotu sprawczego, który zawsze musi reprezentować jakąś opcję. Deleuze (cytowany przez Lisowską-Magdżiarz 2006: 6) w dziele *Nietzsche i filozofia* twierdzi, że „nigdy nie znajdziemy sensu jakiejś rzeczy, jeśli nie wiemy jaka siła zawłaszcza rzecz, eksploatuje ją, opanowuje bądź się w niej wyraża”.

Analizując tę myśl filozofa można by dojść do wniosku, że potocznie i negatywnie pojmowana retoryzacja naszej kultury ma charakter bezwzględny i dotyczy wszystkich dziedzin życia. Z drugiej strony wszyscy zdajemy sobie sprawę, że każdy nasz sukces w warunkach demokratycznego społeczeństwa konkurencyjnego wynika z naszego oddziaływania na innych – dotyczy to nie tylko polityki i tak zwanych wolnych zawodów, ale także każdej pozycji w stratyfikacji społecznej. Już w czasach Sokratesa i Platona uczyli tego sofisci. Retoryzacja komunikacji we wszystkich dziedzinach jest faktem oczywistym, co szczególnie widać w tych wspólnotach i organizacjach, gdzie zanika zarządzanie oparte na bezwzględnym autorytecie i przymusie. Całe nasze doświadczenie demokratyczne potwierdza, że tego typu komunikacja skazana jest na nieuchronną porażkę w dynamicznym świecie zmian i rozwoju. Kreatywny podmiot sam powinien decydować o tym, co dotyczy jego poziomu działania i jest za to odpowiedzialny wobec innych, którzy później weryfikują skuteczność jego poczynąń. Jednak pierwszym aktem twórczym jest przekonanie partnerów lub przełożonych do swojej opcji, na tym polega retoryczna istota naszych stosunków

społecznych w każdym wymiarze. Jesteśmy zatem skazani na sprawczą komunikację między podmiotami – liderami/przełożonymi/pracownikami – na wszystkich poziomach, a wiele naszych relacji z innymi ludźmi opartych jest na tym, co już Nietzsche nazywał „wywieraniem wpływu”.

4. Sofiści a koncepcja wiedzy specjalistycznej

Sprawność w każdej dziedzinie wynika nie tylko z naszych kompetencji i doświadczenia, lecz także z umiejętności perswazyjnych, które decydują o skuteczności nabytej wiedzy. Protagoras, Gorgiasz, Hippiasz i inni dobrze o tym wiedzieli, dlatego można ich nazwać patronami i mistrzami komunikacji we wszystkich dziedzinach życia. Nauczyciele ci stanowili pierwszą regularną elitę intelektualną nowego typu. Zwracali powszechną uwagę, ponieważ głosili różne poglądy sprzeczne z dotychczasowymi wyobrażeniami Greków i z tradycją wychowawczą opartą na arystokratycznej *paidei*. Dotychczas polityczne i obyczajowe wychowanie było oparte na autorytecie społecznym i religijnym rodów oligarchii ateńskiej, ponieważ rody te swe pochodzenie wywodziły od bogów. Pojęcie cnoty/dzielności – *areté* – odnosiło się do dziedziczonych „po dobrych ojcach” cech wrodzonych, które uprawniały do przewodzenia w państwie i wydawania rozkazów.

Natomiast sofisci twierdzili, że prawdziwą dzielnością jest sprawność w przekonywaniu innych do swoich racji (Platon, *Gorgiasz* 452d-e, *Menon* 71 e-72 a, por. 73 c) i oczywiście podkreślali, że celem powinno być dobro wspólne wszystkich obywateli. Uczyli retoryki pobierając za to wynagrodzenie, sztukę swoją nazywali umiejętnością przekonywania. Byli cudzoziemcami, przybyszami z innych miast i nie popierali żadnych

ateńskich stronnictw politycznych – pod tym względem indyferentna apolityczność ich nauki rzuciła się wszystkim w oczy. Ponadto mieli bardzo szeroką „świadomość retoryczną” dotyczącą wszystkich dziedzin życia. Gorgiasz opowiadał, że, kiedy jego brat lekarz nie potrafił uleczyć pacjenta, ponieważ ten nie chciał stosować diety i przyjmować przepisanych lekarstw, udał się sam do chorego i przy pomocy właściwych słów nakłonił go do zastosowania właściwej terapii. Charyzmatyczny sofista przytaczając tę opowieść dowodził, że słowo i jego odpowiednie zastosowanie decyduje o skuteczności naszych wszystkich działań. *Logos* jest wielkim władcą, który panuje nad wszystkim (Gorgiasz, *Pochwała Heleny* 13). Twierdził przy tym, że efektywna sztuka wymowy polega na mówieniu odpowiednich rzeczy w odpowiednim momencie (*kairós*)¹ i dlatego do dziś uważany jest za twórcę tak zwanej etyki sytuacyjnej (Migliori 1973: 134), którą wielu ludzi utożsamia z fałszywym konformizmem, nie mającym nic wspólnego z prawdziwie uczciwym postępowaniem. Platon zarzucał sofistom taką właśnie postawę, retorykę uważał za zaprzeczenie wszelkiego wychowania, opartego na prawdzie. To, co dla Gorgiasza było sztuką uniwersalną, platoński Sokrates nazywał widmem polityki demokratycznej (Platon, *Gorgiasz* 463 d).

Wydaje się, że poglądy sofistów są zgodne z wymogami skuteczności w każdej dziedzinie komunikacji specjalistycznej. Teoria *kairós* wymaga od mówcy stosowania odpowiednich argumentów i odpowiedniego stylu w zależności od grupy odbiorców, do której skierowana jest mowa². Doskonale wiedział

1 Wiadomości o jego teorii podaje Dionizjusz z Halikarnasu, *O zestawianiu wyrazów*, 12. Por. Platon, *Faidros* 272a-b.

2 Problematykę dotyczącą stosowności mowy (*to prépon, aptum, decorum*) poruszają najwięksi teoretycy starożytności, zob. np. Arystoteles, *Retoryka*, ks. II i III; Cyccero, *O mówcy*, III, 210-212 oraz cały traktat *Orator*, Kwintyliian, *Institutio oratoria*, XI, 1.

o tym Arystoteles (*Retoryka* 1367 b) i pod tym względem jego teoria argumentacji jest kontynuacją nauki sofistycznej. Jest rzeczą oczywistą, że w gronie ludzi znających się na jakiejś dziedzinie należy posługiwać się argumentacją odpowiednią do ich wiedzy i doświadczenia. A zatem pierwszym aktem retorycznym jest rozpoznanie audytorium, po dokonaniu tego mówca decyduje o dobraniu właściwej treści i argumentów dostosowanych do percepcji słuchaczy (zob. np. Cyccero, *Orator*, 69-71, por. 122-124). Zasada ta ma uniwersalny charakter i decyduje o skuteczności wszystkich komunikatów w postaci słowa, obrazu i dźwięku. Szczególnie widoczne jest to we współczesnej komunikacji medialnej.

5. Perswazja w komunikacji specjalistycznej

Chaim Perelman³ na tych przesłankach oparł swoją teorię argumentacji, którą nazwał „nową retoryką” – w istocie jest ona nawiązaniem do arystotelesowskiej koncepcji retoryki opartej na doborze właściwej argumentacji. Uważał on, że każda wypowiedź, która chce ukierunkować jakieś myślenie, rozbudzić lub uspokoić emocje, czy skłonić do jakiegoś działania, należy do sfery retoryki (Perelman 2002: 180) i, jak można wywnioskować z całej jego twórczości, „argumen-

3 Uchodzi on powszechnie za odnowiciela teorii argumentacji. Napisał słynną książkę (razem z L. Olbrechts-Tyteca): *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Paris 1958 (wyd. polskie 2002). Istotą nauki Perelmana jest daleko posunięty i konsekwentny klasyczny relatywizm teorio-poznawczy, wywodzący się od Protagorasa. Podstawę filozoficzną retorycznej teorii Perelmana stanowiły: antyabsolutyzm (który łączy go z postmodernistami), pluralizm i praksizm. Odrzucał on istnienie absolutnie pewnych, niepodważalnych, ostatecznych i oczywistych zasad. Uważał, że poznanie filozoficzne jest nieredukowalne do naukowego. Zob. Kleszcz (2005).

tacja retoryczna jest konieczna we wszystkich dziedzinach myśli niesformalizowanej” (Lichański 2005: 41-42). Typowymi przykładami „myśli niesformalizowanej” są wszystkie nauki humanistyczne i społeczne, w których, według niego, nie ma jasno i metodologicznie określonych kryteriów weryfikacji i falsyfikacji.

Łatwo dostrzec, że jego poglądy są kolejnym w dziejach kultury europejskiej dowartościowaniem retoryki, pojmowanej jako uniwersalna sztuka przekonywania, której opanowanie decyduje o naszej sprawności w każdej dziedzinie opartej na komunikacji międzyludzkiej. Teoria Perelmana jest uwspółcześnioną wersją nauki sofistów o roli subiektywnych mniemań (zasada *homo-mensura* Protagorasa, zob. niżej) i o znaczeniu *słowa* – *logosu* – które panuje nad wszystkim (Gorgiasz). W poglądach Perelmana istotne są relatywistyczne aspekty społeczno-socjologiczne. Według niego, skuteczność każdego komunikatu musi być poprzedzona rozpoznaniem opcji jego odbiorców. Dlatego mówca musi mieć wiedzę dotyczącą składu społecznego grupy, do której zamierza skierować swoje słowa, aby właściwie dobrać argumenty, dostosowane do poziomu i typu percepcji słuchaczy (odbiorców tekstu). Nauka Perelmana jest potwierdzeniem gorgiaszowej zasady stosowności wypowiedzi. Co więcej, można przyjąć, że rozważne i przemyślane stosowanie tej zasady w życiu musi przynieść sukces w każdych realiach demokratycznych. Odnosi się to zarówno do politycznej komunikacji w sferze publicznej, jak i do komunikacji zawodowej, a także do sposobów porozumiewania się we wszystkich środowiskach, łącznie z podstawową wspólnotą społeczną, jaką jest rodzina. Dlatego dzieła Perelmana są od dawna podstawą nauczania teorii i praktyki retorycznej na uniwersytetach amerykańskich i już można powiedzieć, że jego nauka kształtuje

mentalność wykształconych i opiniotwórczych elit w USA. Widać to między innymi w wystąpieniach publicznych liderów politycznych i innych wybitnych osobistości, których poglądy są prezentowane i nagłaśniane przez media.

Innym wielkim świadectwem retoryczności komunikacji między specjalistami mogą być wszystkie nauki teoretyczne i ich rozwój oparty na wymianie argumentów. Thomas Kuhn twierdzi, że wszystkie nauki rozwijają się w wyniku sytuacji, gdy zwolennicy jednego paradygmatu są w stanie przedstawić swój przypadek w sposób taki, że zwolennicy innego paradygmatu uznają go za nieodparty, a zatem postęp naukowy jest także efektem perswazji (Fish 2002: 442-443). Co więcej, cele rządzą przywoływaniem teorii, a nie na odwrót, co jest zgodne z zasadami gorgiaszowej teorii *kairós* i z duchem nauki Perelmana. Oczywiście retoryczny relatywizm Kuhna i jego uczniów, wywodzący się doktrynalnie z nauki starożytnych sofistów, wywołał głęboki sprzeciw wielu teoretyków, którzy nie mogli pogodzić się z faktem, że skuteczność teorii naukowych zależy od doboru właściwych argumentów, dostosowanych do audytorium lub przekazanych społeczeństwu w odpowiednim momencie dziejowym w taki sposób, że antagoniści nie są w stanie tych argumentów obalić.

Znakomitym przykładem odpowiedniego momentu dziejowego, który dla Kuhna jest momentem zgodnym z potrzebami społecznymi, mogą być dzieje teorii heliocentrycznej. Nieliczni ludzie wiedzą, że teoria ta była znana w starożytności, ale oczywiście nie zyskała powszechnego uznania ani uczonych, ani szerokich elit ludzi wykształconych. Znakomity matematyk i astronom aleksandryjski Arystarch z Samos (ok. 310-230 p.n.e.) pierwszy odkrył, że nie Słońce obraca się wokół ziemi, lecz Ziemia wokół Słońca i własnej osi. Jego poglądy były znane i cytowane jako *curiosum*. Zostały całkowicie odrzucone

przez tradycję naukową także w średniowieczu, ponieważ stan świadomości ówczesnych ludzi nie pozwalał na ich przyjęcie. Umysłowość uczonych zarówno starożytnych, jak i średniowiecznych, była konsekwencją określonej mentalności opartej na tradycji religijnej i filozoficznej, która absolutnie wykluczała przyjęcie teorii, według której Ziemia nie jest centrum wszechświata. Dlatego jeszcze za życia Arystarch został oskarżony o bezbożność przez pobożnego stoika Kleantesa. Jest to fakt wielce wymowny i doskonale ilustruje tezy Kuhna. Dopiero w czasach renesansu, w zmienionych warunkach społecznych, teoria heliocentryczna za sprawą Kopernika mogła zaistnieć najpierw w umysłach nielicznych uczonych-specjalistów w zakresie „sfer niebieskich”, a potem w świadomości wykształconych ludzi. Przyjęcie tej teorii mogło nastąpić dopiero w epoce wielkich przemian cywilizacyjnych i społecznych, których najbardziej widocznym efektem była zmiana mentalności elit europejskich. Dzieło Kopernika powstało zatem i dotarło do ludzi w momencie, kiedy ich umysły były gotowe do przyjęcia tak rewolucyjnej nauki. „Przewrót kopernikański” nie mógłby dokonać się wcześniej, ponieważ w poprzednich epokach obliczenia i argumenty astronomiczne potwierdzające obroty ziemi i pozostałych planet wokół słońca nie zostałyby przyjęte ani przez elity intelektualne, ani przez zwykłych ludzi. Prawdziwym zatem powodem akceptacji teorii kopernikańskiej był odpowiedni moment dziejowy w rozwoju naszej cywilizacji, ponieważ dopiero w czasach renesansu humanistycznego, między innymi za sprawą odnowienia kultury klasycznej i powrotu do nauki starożytnej (*renovatio antiquitatis*), nastąpiło gwałtowne poszerzenie horyzontów naukowych i edukacyjnych. Z tych powodów stary paradygmat koncepcji świata został zastąpiony przez nowy.

Przytaczamy te fakty, ponieważ nauka jest wzorcowym przykładem komunikacji między specjalistami, którzy są eks-

pertami w swojej dziedzinie. Kuhn i jego następcy wytyczyli nowe tory interpretacji rewolucji naukowych podkreślając ich względność teoriopoznawczą zależną od miejsca i czasu, w którym powstają. Dzieje powstawania i dezaktualizacji tych teorii potwierdzają zasadę *kairós* Gorgiasza. Poglądy Arystarcha na temat ruchu ziemi wokół słońca nie mogły zyskać uznania w jego epoce, ponieważ zostały sformułowane i wypowiedziane w nieodpowiednim czasie.

Taka relatywizująca koncepcja prawdy naukowej jest z zgodna z ogólną orientacją antropologiczną sofistów z epoki Platona. Powtarzali oni często, że to, co uznają Ateńczycy za dobre, czyli prawdziwe/słuszne/właściwe/odpowiednie, obywatele innych państw mogą uznać za złe i niewłaściwe. Protagoras mówił: „Człowiek jest miarą wszystkich rzeczy, istniejących, że istnieją i nieistniejących, że nie istnieją”⁴. Względność teorii naukowych i ich skuteczność dziejową możemy uzasadnić przyjmując tę zasadę (*homo-mensura*), która będzie zawsze manifestem teoriopoznawczym progresywnie zorientowanych umysłów, przekonanych o zmienności wszystkiego. Ta relatywistyczna teza była podstawą edukacji sofistycznej, która ukształtowała pluralistycznego ducha kultury greckiej. Rzekiwistym świadectwem tego ducha był rozwój zróżnicowanej doktrynalnie filozofii oraz retoryzacja słowa literackiego, która jest podstawową i od razu rozpoznawalną cechą wszystkich poważnych tekstów powstałych w tej epoce (aż do czasów późnoantycznych pisarzy chrześcijańskich – dotyczy to zarówno prozy, jak i poezji).

4 Zob. Sekstus Empiryk, *Przeciw matematykom*, VII, 60; Platon, *Teajtet*, 151e –152a; Diogenes Laertios, *Żywoty filozofów*, IX, 51. Por. Mielczarski (2010: 23-24).

6. „Duch grecki” a perswazja

W XIX wieku Nietzsche, wielki „pogromca” racjonalizmu europejskiego, twierdził, że nie można zrozumieć teraźniejszości bez odwołania się do klasycznej starożytności i do pojęcia „ducha greckiego”. Trzeba pamiętać, że pojęcie to było fundamentalnym zagadnieniem intelektualnym w jego epoce. Tendencja ta narodziła się już w czasach oświecenia, widać ją u Winckelmana i Goethego. Do dzisiaj problematyka ta może być poważnym tematem historycznokulturowych rozważań na temat tego, co od XVIII wieku filozofowie i pisarze nazywali istotą klasycznej kultury greckiej. Nie tylko Nietzsche z wielkim przejęciem używał takich pojęć, jak „duch grecki” czy „umysł grecki” (dostrzegamy to już w jego pierwszej wielkiej książce *Narodzinie tragedii z ducha muzyki*). Trzeba podkreślić, że dla niego, podobnie jak dla wielu innych ówczesnych akademików, pojęcia te były wysokimi tworami intelektualnymi, odnoszącymi się do istoty i najważniejszych cech całej europejskiej formacji kulturowej we wszystkich czasach, ze szczególnym uwzględnieniem epoki współczesnej. Kiedy Nietzsche mówi o „pesymistycznym” racjonalizmie, typowym dla europejskiej mentalności, oczywiście ma na myśli grecki racjonalizm Sokratesa i Platona, który przeciwstawiał dionizyjskiemu duchowi archaicznej kultury greckiej. Jednak, kiedy dowodzi, że otaczająca nas rzeczywistość jest w istocie jedynie rzeczywistością językową, nigdy nie powołuje się wyraźnie na filozoficzną tradycję wywodzącą się z nauki pierwszej generacji sofistów (Gorgiasz, Protagoras, Hippiasz, Prodikos i inni). Na pewno jedną z przyczyn była zła sława, jaka otaczała sofistyczną skuteczność, która wówczas w nauce i w wychowaniu niemieckim funkcjonowała jako zaprzeczenie platońskiego dążenia do prawdy i doskonałości. Były to czasy panowania na uniwersytetach różnych kie-

runków idealistycznych, których rodowód sięgał Platona (Kant, Hegel i ich uczniowie). Na przykład Hegel doceniał sofistów jako „twórców kultury” i sprawców rewolucji wychowawczej, uważał jednak, że nauka ich nie zasługuje na miano poważnej filozofii, ponieważ objaśnia jedynie różne punkty widzenia przy pomocy odpowiednio dobranych argumentów (zob. Mielczarski 2005). W świetle teorii współczesnych przedstawicieli retorycznej interpretacji rzeczywistości wszelka komunikacja między ludźmi polega na wymianie poglądów, które są niczym innym jak świadectwem określonych punktów widzenia, zależnych od różnych opcji. Mogą to być opcje światopoglądowe, środowiskowe, naukowe, zawodowe, osobiste i inne. Dyskurs tych opcji jest podstawową cechą kultury demokratycznej.

Nietzsche i jego koledzy uniwersyteccy dobrze wiedzieli, że retoryka była głównym przedmiotem w szkołach od czasu rewolucji, jakiej dokonali sofisci w wychowaniu greckim. Od czasów Gorgiasza proza artystyczna oparta była na zasadach wyuczonej w szkole sztuki, której perswazyjny charakter dostrzegali wszyscy. Każdy wykształcony człowiek uczył się tropów i figur retorycznych. Retoryka utrzymała swą pozycję w szkołach przez cały okres dojrzałego średniowiecza oraz w czasach renesansu i baroku. Jednak już w XIX wieku żaden akademicki klasycysta nie kojarzył ducha greckiego, stanowiącego istotę cywilizacji europejskiej, z retorycznym charakterem naszej kultury, który w owym czasie zaczął przejawiać się szczególnie w demokratycznej praktyce politycznej. Z pewnością poważnym powodem takiej orientacji było uprzedzenie do sofistów jako nauczycieli próżnej i zwodniczej sztuki wymowy, która nie ma nic wspólnego z prawdą i jest zaprzeczeniem prawdziwej wiedzy.

7. Dziedzictwo Gorgiasza

Wydaje się, że warto w tym momencie odsłonić i zrozumieć powszechnego i dlatego prawdziwego, retorycznego ducha kultury greckiej, który odrodził się na nowo w naszej epoce. Trzeba przy tym odwołać się do źródeł antycznych i przytoczyć świadectwo autora, którego umysłowość jest syntezą greckiej i rzymskiej kultury. Cyceron w *De oratore* podaje, że Grecy w sposób szczególny podziwiali sofistę Gorgiasza, ponieważ „jemu jednemu ze wszystkich postawili w Delfach posąg nie pozłacany, lecz z czystego złota”⁵. Wiemy, że znajdowały się tam posągi wielu wybitnych ludzi, w epoce klasycznej sanktuarium Apollina było prawdziwym muzeum sztuki i architektury greckiej oraz powszechnym celem pielgrzymek. Było także swoistym panhelleńskim centrum religijnym, kulturowym i politycznym, które odgrywało wielką rolę w całym świecie greckim. Wszystko, co działo się w Delfach, stanowiło odbicie ówczesnej mentalności i obyczajowości greckiej. Kapłani patrona Muz, Apollona, wystawiając Gorgiaszowi posąg ze czystego złota podkreślili absolutnie wyjątkową rangę jego postaci i znaczenie nauki, którą reprezentował. Była nią retoryka. Przypomnijmy, że złote posągi wystawiano wówczas w bogatych miastach jedynie bogom olimpijskim. Fakt, że uczczono w ten sposób dokonania tego sławnego mistrza wymowy dobitnie świadczy o retorycznym duchu kultury greckiej i o ówczesnej mentalności elit. Na pewno podstawową cechą tej mentalności była tolerancja i podziw dla intelektualnej odmienności, którą Hellenowie określali pojęciem *atopía*. Cechę tę przypisywali

5 Cycero *De oratore* III, 129: „cui tantus honos habitus est a Graecia, soli ut ex omnibus Delphis non inaurata statua sed aurea statueretur”; zob. Marek Tulliusz Cyceron, *O mówcy*. Przekł. B. Awianowicz. Wyd. Marek Derewiecki, Kęty 2010, 612- 613.

przede wszystkim wybitnym mędrcom, których postępowanie i poglądy były szeroko znane.

Gorgiasz był typowym przykładem takiej odmienności i paradoksalnej umysłowości, zaprzeczającej wszystkim powszechnie przyjętym opiniom. Jego poglądy były obrazoburcze i kontrowersyjne, być może dlatego jego nauka z jednej strony fascynowała bardzo wielu Ateńczyków, a z drugiej strony bardzo wielu ludzi, szczególnie ze sfer arystokratycznych, porażała swoim nihilizmem teoriopoznawczym. W dziele filozoficznym *O niebycie*, z którego pozostały tylko skąpe fragmenty, głosił, że nic nie istnieje, a jeśli by istniało, to byłoby niepoznawalne, a gdyby zostało poznane, to i tak nie można by tego wyrazić ani przekazać (Sekstus Empiryk, *Przeciw matematykom*, VII 65 nn.), ponieważ nie ma żadnego pewnego i jasno określonego związku semantycznego między myślą a słowem oraz między tym, co ludzie nazywają prawdą a słowem. Swoje doznania i myśli chcemy przekazać innemu za pomocą słów, które te myśli i doznania według nas oznaczają, ale nie ma żadnej pewności, że inni ludzie będą rozumieć nasze pojęcia, twierdzenia i komunikaty tak, jak my, ponieważ te same słowa wywołują różne odczucia u różnych ludzi, co prowadzi do odmiennego rozumienia tychże słów przez różne jednostki. A zatem słowa mogą powodować różne skojarzenia i różne myśli – wszystko zależy od tego, co obecnie określamy percepcją ludzi, którzy są słuchaczami albo czytelnikami. Wszyscy używamy tych samych pojęć i sformułowań, ale to nie oznacza, że dla każdego te wszystkie twory językowe oznaczają to samo – każde pojęcie i każda wypowiedź będzie powodować inną reakcję u różnych ludzi.

Teoria ta tłumaczy pluralistyczną istotę wszystkich sensów ukrytych w każdym tekście oraz istotę wszystkich odmiennych zachowań ludzkich, które są skutkiem percepcji określonych

komunikatów. Tymi zagadnieniami od strony teoriopoznawczej zajmuje się najnowsza, postmodernistyczna filozofia, która w sposób wyrafinowany już dawno pozbawiła nas wszelkich obiektywistycznych złudzeń. Widać wyraźnie, że poglądy Gorgiasza i innych sofistów są antyczną antycypacją wszystkich współczesnych teorii retorycznej interpretacji rzeczywistości i pod tym względem ich nauka jest fenomenem kulturowym o niezwyklej doniosłości. Najbardziej ewidentne cechy kulturowe naszej epoki można wytłumaczyć odwołując się do nauki wędrownych nauczycieli retoryki w epoce demokracji greckiej.

Filozofia językowa Gorgiasza jest uzasadnieniem tezy, że retoryczność jest istotą naszej komunikacji, ponieważ gdziekolwiek pojawia się słowo i jego znaczenie, tam zawsze pojawić się musi perswazja dotycząca jego interpretacji. Dotyczy to wszystkich form komunikacji między specjalistami/ekspertami we wszystkich dziedzinach. Dlatego retoryka jako sztuka przekonywania jest poważną, a niektórzy twierdzą, że najważniejszą dziedziną kultury demokratycznej, gdyż potrafi kreować rzeczywistość na wszystkich poziomach. Takie podejście do słowa i jego znaczenia po raz pierwszy w dziejach naszej kultury demonstrowali sofisci pierwszej generacji, tacy jak Protagoras i Gorgiasz, który w pamięci Greków zapisał się jako twórca i pierwszy regularny nauczyciel sztuki wymowy w Atenach. Kiedy pojawił się w tym mieście po raz pierwszy jako poseł ze swego rodzinnego Leontinoi i wygłosił na zgromadzeniu ludowym mowę polityczną, jego styl i kunszt retoryczny wywołały powszechny aplauz wśród Ateńczyków, którzy poprosili go natychmiast, aby pozostał u nich i nauczał ich tego, co sam opanował w sposób mistrzowski, czyli pięknego i skutecznego słowa. Historia ta ma głęboki wymiar symboliczny, kulturowy i polityczny. Oto obywatele demokratycznego miasta-państwa proszą wybitnego artystę słowa o przekazanie im takiej wiedzy,

która jest niezbędna w ich ustroju. Ta wiedza to nic innego, jak praktyczna umiejętność przekonywania innych, oparta na określonych teoretycznych i artystycznych zasadach, sztuka kształtująca umiejętności typowo „polityczne”. Była ona szczególnie cenna w społeczeństwie tak konkurencyjnym, jak ateńska wspólnota państwowa, której agonistyczny charakter polegał na nieustannej rywalizacji między obywatelami i na walce o władzę – stawką była sława i chwała u współczesnych i potomnych oraz możliwość realizacji własnych interesów politycznych, wynikających z przynależności do określonego stronnictwa.

Nauka Gorgiasza jest archetypem wszystkich skrajnie sceptycznych orientacji filozoficznych w kulturze europejskiej. Z jego punktu widzenia żadna prawda absolutna nie istnieje, ponieważ nie można jej poznać, natomiast prawda subiektywna nie ma sensu, ponieważ nie można jej przekazać⁶. Dzieje się tak dlatego, że żadne słowo nie ma ani konotacji ontologicznej ani żadnej innej, która byłaby oczywista dla wszystkich. Teoria ta jest filozoficznym uzasadnieniem panowania retoryki w stosunkach międzyludzkich, ponieważ, jeśli znaczenie słowa jest nieokreślone, wszystko zależy od jego interpretacji. Przykładem mogą być pojęcia ogólne odnoszące się do sfery etycznej lub do istoty bytu, czyli, odwołując się do topiki filozofii klasycznej – do tego, co istnieje lub nie istnieje. Była to ulubiona problematyka Sokratesa. Przynajmniej tak przekazuje Platon, który uważał, że funkcjonowanie demokracji polega na przekonaniach, czyli mniemaniach, nie mających nic wspólnego z bytem (*tò ón*): ludzie demokratyczni, czyli większość (*hoi polloi*), kierują się namietnościami, pragnieniami i taką motywacją, która nie ma nic wspólnego z prawdą. Ich zachowanie i działania są efektem wpływu demagogów, którzy dzięki swej sprawności reto-

6 Filozofię Gorgiasza omawiają i interpretują: Nerczuk (1997), Tuszyńska-Maciejewska (1987), Newinger (1971).

rycznej i znajomości psychologii tłumu manipulują umysłami ludzkimi, przedstawiając najwyższe zło jako najwyższe dobro. Rozumując zgodnie z intencją Platona, znakomitego przywódcę Ateńczyków, Peryklesa, należy uznać za wybitnego demagoga, ponieważ to on, roztaczając mirażę potęgi państwowej, swoją polityką wciągnął Ateny w imperialny konflikt ze Spartą, który zamienił się w zabójczą, wielką wojnę ogarniającą całą Helladę. Ta przegrana wojna przysporzyła obywatelom wiele strasznych cierpień, ostatecznie złamała demokrację i obaliła potęgę Ateńczyków, co arystokraci z pewnością przyjęli jako zasłużoną karę, zesłaną przez bogów na pełnych pychy (*hýbris*) demokratów. Przypominamy tutaj słynną Platońską krytykę demokracji z dwóch powodów: po pierwsze dlatego, że do dziś, przynajmniej częściowo, zachowała ona swoją aktualność, po drugie dlatego, że Platon, atakując demokrację, krytykuje wszystkie relacje międzyludzkie oparte na sztuce przekonywania, krytykuje także obyczaje, wychowanie oraz komunikację interpersonalną i społeczną opartą na wolnej, czyli – według niego – arbitralnej woli i na swobodzie przedstawiania swoich racji. Relacje między ludźmi polegające na wolnej wymianie zdań nie mają nic wspólnego z dążeniem do doskonałości duchowej i cielesnej, mogą natomiast prowadzić do błędnych decyzji i niewłaściwego postępowania. Błędym i niewłaściwym działaniem jest zarówno zniewolenie duszy przyjemnościami, jak i dążenie do potęgi i wpływów, które niosą ze sobą bogactwo i pychę. Człowiek demokratyczny posiadając wolność wyboru drogi życiowej, ulega łatwo złym wpływom lub naśladuje innych – przeważnie takich współobywateli, którzy zabiegają o swoje interesy w państwie, pławią się w rozkoszach i, aby je przedłużyć, walczą ze sobą o władzę, mając za nic dobro i jedność *polis*. W doskonałym państwie platońskim nie ma miejsca na głoszenie własnych opinii, podstawą podejmowania decyzji

jest autorytatywna wola filozofów. W świetle tych poglądów możemy Platona uznać za wroga wolnego dyskursu opartego na sztuce przekonywania we wszystkich dziedzinach życia.

Od Gorgiasza zaczyna się filozofia języka w postaci teoretycznej refleksji nad naturą i znaczeniem słów. Z jego poglądów ontologicznych wynika: po pierwsze, że nic nie istnieje oprócz samych słów, po drugie, że słowo nie ma określonej, pewnej, a przez to prawdziwej konotacji. Posiada jednak niezwykłą siłę i moc, dzięki której może wpływać na przekonania i działania ludzi, może, jak by powiedział Sokrates, kształtować ich dusze tak, jak chce tego retor. W ustach tego mędrca, ojca idealistycznej filozofii praktycznej, teza o wszechmocy słowa miała wymiar zdecydowanie negatywny – człowiek w swoich poczynaniach na ziemi w żadnym wypadku nie może postępować i działać poddając się wpływom ludzi, którzy opanowali zwodniczą sztukę wymowy. Platoński Sokrates miał na myśli nie tylko retorów, czyli polityków demokratycznych, ale także poetów. Domagał się albo usunięcia ich z państwa, albo ograniczenia ich twórczości do tematyki moralnej.

8. Podsumowanie

Wszyscy wiemy, że do dzisiaj takie słowa, jak „sofista”, „sofistyczny” i „retoryka”, „retoryczny” mają konotację negatywną. Obserwujemy to nie tylko w języku potocznym, ale także w poważnych tekstach naukowych, co w naszej tradycji kulturowej ma szczególnie wymiar, ponieważ polska tradycja intelektualna nie ma nic wspólnego z liberalnymi ideałami społeczeństwa konkurencyjnego, które uzasadniają obecność sztuki przekonywania w życiu społecznym. Potwierdzą to następującym przykładem z własnej praktyki dydaktycznej. Od wielu lat prowadzę

na Uniwersytecie Warszawskim seminarium pod nazwą *Po co humanistyka? Po co filologia?*, podczas którego zadaje studentom podstawowe pytania dotyczące realnej pozycji nauk humanistycznych w społeczeństwie demokratycznym. Rozmawiamy także o powszechnej retoryzacji wszystkich dyskursów. Przedstawiciele wielu nauk twierdzą, że istotą naszego społeczeństwa jest konkurencyjność (nie tylko retoryczna) we wszystkich dziedzinach aktywności ludzkiej, tymczasem u studentów filologii klasycznej teza ta nie wywołuje szczególnej ekscytacji intelektualnej i pogłębionej refleksji naukowej. Retorykę klasyczną postrzegają raczej jako sztukę pięknego słowa, a nie jako narzędzie konkurencyjnej walki o władzę lub pozycję społeczną, czy też o panowanie nad audytorium. Nie dostrzegają w pełni, że będą musieli podlegać zasadom perswazji retorycznej w swoim życiu zawodowym i osobistym, ponieważ wszelka twórcza aktywność polega na dyskursie ze specjalistami. Starożytność studiują, aby zrozumieć jedność formacji europejskiej, a nie doświadczyć pluralistycznego różnicowania kulturowego, które prowadzi do odmiennych interpretacji świata i ludzi. Tylko niewielu z nich zdaje sobie sprawę, że prawdziwym zadaniem współczesnej humanistyki jest przygotowanie człowieka do funkcjonowania w społeczeństwie opartym na antagonistycznym często różnicowaniu kulturowym, które powiązane jest, jak twierdzą niektórzy filozofowie współcześni, z odmiennymi interesami natury politycznej, materialnej, światopoglądowej czy środowiskowej. Teza ta odnosi się także do funkcjonowania jednostek we wszystkich realiach życia zawodowego i osobistego, dotyczy wielu psychologicznych aspektów działania.

Nowożytna historia intelektualna jest świadectwem stopniowego niwelowania opozycji między wysublimowaną teorią (*theoría*) i praktyką działania (*prāksis*), niewątpliwie zwieńczeniem tego procesu jest najnowsza pedagogika, która ma zdecy-

dowanie praktycystyczny wymiar, co nie oznacza, że dezawuuje aktywność intelektualną. Przeciwnie, zaleca indywidualną kreatywność interpretacyjną, opartą na wiedzy. Kreatywność ta ma być poważnym czynnikiem kształtującym indywidualność jednostek i ich odporność na negatywne i konkurencyjne oddziaływanie ze strony innych. W tej sytuacji społecznej szczególnie ważne jest kształtowanie umiejętności autoekspresji intelektualnej, która w wymiarze praktycznym jest niczym innym, jak sprawnością oralną – jej uczenie powinno odgrywać szczególną rolę w edukacji uniwersyteckiej. Jestem głęboko przekonany, że wszystkie, zarówno tradycyjne, jak i nowe nauki humanistyczne, powinny być narzędziem tak pojętej edukacji, którą w naszej epoce możemy nazywać rzeczywistym wychowaniem, prowadzącym do socjalizacji. Antycznym archetypem takiego wychowania jest nauka pierwszych sofistów z epoki demokracji ateńskiej.

Materiały źródłowe

Fragmenty tekstów sofistów:

Gorgias von Leontini. Reden, Fragmente, und Testimonien, 1989, red. T. Buchheim, Hamburg: F. Meiner.

Die Fragmente der Vorsokratiker, griechisch und deutsch. 1951. Red. H. Diels, K. Walther, t. II (6 wyd.). Berlin: Weidmann, 253-341.

Inne:

Cycon, Marek Tulliusz. 2010. *O mówcy*. Przekł. B. Awianowicz, Kęty: Wyd. Marek Derewiecki.

Dionizjusz. 2006. „O zestawianiu wyrazów”. W: *Trzy stylistyki greckie. Arystoteles, Demetriusz, Dionizjusz*. Przekł. i oprac. W. Matyda. Wrocław: Ossolineum. 174–273.

- Platon. 2002. *Fajdros*. Przekł. i oprac. W. Witwicki. Kęty: Wyd. Marek Derewiecki.
- Platon. 2002, *Gorgiasz; Menon*. Przekł. i oprac. W. Witwicki, Kęty: Wyd. Marek Derewiecki.
- Sekstus Empiryk. 2007. *Przeciw uczonym*. Przekł. i oprac. Z. Nerczuk. Kęty: Wyd. Marek Derewiecki.

Bibliografia

- Adkins, A.W.H. 1973. „*ARETH, TEXNH*. Democracy and Sophists, Prot. 316b–328d”. *Journal of Hellenic Studies* (93). 3-12.
- Dietz, K. M. 1976. *Protagoras von Abdera*. Bonn: Habelt.
- Farrar, C. 1988. *The Origins of Democratic Thinking: The Invention of Politics in Classical Athens*. Cambridge (U.K.) and New York: Cambridge University Press.
- Fish, S. 2002. *Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane*. Red. A. Szahaj. Przekł. K. Abriszewski *et al.* Kraków: Universitas.
- Gadacz, T. 2009. *Historia filozofii XX wieku*. T.1: *Filozofia życia, pragmatyzm, filozofia ducha*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Guthrie, W. K. C. 1971. *The Sophists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jarratt, S. 1991. *Rereading the Sophists: Classical Rhetoric Refigured*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Kennedy, G. 1963. *The Art of Persuasion in Greece*. Princeton: Routledge.
- Kerferd, G.B. 1989. *The Sophistic Movement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kleszcz, R. 2005. „Teoria argumentacji, filozofia, logika. Uwagi o teorii Chaima Perelmana”. *Forum Artis Rhetoricae* (3-4), 22-35.

- Lichański, J. Z. 2005. „Quintilian vs. Perelman. Jedna czy wiele teorii retoryki oraz problemy argumentacji”. *Forum Artis Rhetoricae* (3–4). 36–48.
- Lisowska-Magdziarz, M. 2006. „Dyskurs – semiotyka – wspólnota interpretacyjna. W stronę modelu zintegrowanego instrumentarium badań nad zawartością mediów”. *Global Media Journal – Polish Edition* (1). 1–11.
- Migliori, M. 1973. *La filosofia di Gorgia*. Milano: Celuc.
- Mielczarski, C. 2005. „Kultura i filozofia. Hegel o sofistach”. *Meander* (2). 213–219.
- Mielczarski, C. 2010. *Sofiści i polityka. Antyczne źródła liberalizmu europejskiego*. II wyd. popr. i uzup. Warszawa: PWN [I wyd. 2006: *Idee społeczno-polityczne sofistów. Źródła europejskiego pluralizmu politycznego*. Warszawa: Wydawnictwo Wydziału Polonistyki UW].
- Mielczarski, C. 2011. „Dziedzictwo klasycznej sofistyki i kultura współczesna”. *Forum Artis Rhetoricae* (3). 7–25.
- Nerczuk, Z. 1997. „Traktat ‘O niebycie’ Gorgiasza z Leontinoi”. *Przegląd Filozoficzny* (VI, 3). 79–94.
- Newinger, H.J. 1971. *Untersuchungen zu Gorgias’ Schrift „Über das Nichtseiende”*. Berlin –New York: de Gruyter.
- Perelman, Ch. 2002. *Imperium retoryki: retoryka i argumentacja*. Przekł. M. Chomicz. Warszawa: PWN.
- The Sophists and their Legacy*. 1981. Red. G.B. Kerferd. Wiesbaden: F. Steiner.
- Tuszyńska-Maciejewska, K. 1987. *Filozofia w retoryce Gorgiasza z Leontinoj*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

Retoryka a wiedza: komunikacja niespecjalistyczna i specjalistyczna

Maria Załęska

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. W artykule zostały przedstawione cztery modele ujmowania relacji retoryki i jednego z wariantów komunikacji specjalistycznej, a mianowicie nauki. Zostały one umownie nazwane modelami: opozycji, ekwiwalencji, proporcjonalności i *continuum*. Według modelu opozycji, retoryka z definicji służy wyłącznie do komunikacji niespecjalistycznej, zatem nie pojawia się w specjalistycznej komunikacji naukowej. Zgodnie z modelem ekwiwalencji, to, co uważamy za wiedzę, sprowadza się wyłącznie do uniwersum słów: wiedza (także specjalistyczna) jest retoryką. Według modelu proporcjonalności, relacja jest odwrotnie proporcjonalna: im więcej wiedzy specjalistycznej, tym mniej retoryki. Model *continuum* zakłada, że w każdym kontekście komunikacji, także specjalistycznej, wykorzystuje się środki retoryczne.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza ogólna, wiedza specjalistyczna, nauka, modele, komunikacja specjalistyczna, przekazywanie wiedzy

Rhetoric and knowledge: specialised and non-specialised communication

Abstract. *The paper discusses four models of the relation between rhetoric and specialised knowledge communication: the model of opposition, of equivalence, of proportionality, and of continuum. According to the model of opposition, rhetoric by definition serves only non-specialised communication, therefore*

it is excluded from specialised scientific communication. Within the model of equivalence, what counts as knowledge is reducible to the universe of words; thus, knowledge, including specialised one, is equivalent to rhetoric. Adopting the model of proportionality, the reverse proportion holds: the more specialised knowledge, the less rhetoric is used in a text. Following the model of continuum, in turn, rhetoric applies to any situation of communication, therefore also to specialised communication.

Key words: *rhetoric, general knowledge, specialised knowledge, science, models, specialist communication, transmission of knowledge.*

*Fakty mówią same za siebie,
ale... każdemu co innego.*

Anonimowe

1. Wstęp

Dla kogo i jaka retoryka? W refleksji nad retoryką przewija się motyw *całość/część*: teoretycy i praktycy dyskutują, czy retoryka jest sposobem komunikacji z definicji skierowanym do *wszystkich*, czy też można mówić także o retoryce specjalistycznej, ograniczonej do relatywnie niewielkich *grup*.

Aby rozważyć to fundamentalne pytanie w odniesieniu do jednego z wariantów komunikacji specjalistycznej, a mianowicie nauki, omówimy najpierw orientacyjny model wiedzy, umownie podzielony na poziom prenaukowy, naukowy i postnaukowy (część 2). Następnie zostaną wyróżnione cztery odmienne koncepcje relacji między retoryką a nauką. Według modelu opozycji, retoryka z definicji służy wyłącznie do komunikacji niespecjalistycznej, zatem nie pojawia się w specjalistycznej komunikacji naukowej (zob. część 3). Zgodnie z modelem ekwiwalencji, to, co uważamy za wiedzę, sprowadza się wyłącznie do uniwersum słów: wiedza (także specjalistyczna) jest zatem retoryką (zob. część 4). Według modelu proporcjonalności, im więcej wiedzy specjalistycznej, tym mniej retoryki (zob.

część 5). Model continuum zakłada, że w każdym kontekście komunikacji, także specjalistycznej, wykorzystuje się środki retoryczne (zob. część 6). Konfrontując te modele, przedstawiono kryteria proponowanych rozróżnień, które pokazują odmienne rozumienia retoryki.

2. Model relacji między retoryką a wiedzą

W prawie każdym akcie komunikacji jest przekazywana jakaś wiedza. Jednak, w znaczeniu bardziej ścisłym, dyskursy wiedzy (fr. *les discours des savoirs*) dotyczą tych kontekstów komunikacji, w których przekazywanie wiedzy jest samoistnym celem. Może chodzić o konteksty przede wszystkim praktyczne (nauczanie, poradnictwo, popularyzacja nauki), teoretyczne (refleksja i badania w ramach dyscyplin naukowych, zwłaszcza tzw. czystych) oraz o różne połączenia teorii i praktyki (np. ekspertyzy, dyskurs nauk stosowanych).

Wychodząc z założenia, że – jak to ujął Moscovici (1984: 29) – dziś zdrowy rozsądek to spopularyzowana nauka (*common sense today is science made common*), użyteczna jest typologia kontekstów komunikacji, w której punktem odniesienia jest poziom naukowy, wobec którego sytuują się dwa pozostałe poziomy: prenaukowy i postnaukowy¹ (Załęska 2012).

W każdej dziedzinie poznania, na poziomie przednaukowym przeważa praktyka nad teorią (choć formułowane są pewne uogólnienia, wskazówki, zasady, przewidywania)². Na

1 Chodzi o parę: *pre*[naukowy] vs. *post*[naukowy], gdzie przedrostek ‘*post-*’ odnosi się tylko do umownego rozróżnienia: „przed” osiągnięciem poziomu naukowego i „po” jego osiągnięciu. *Post-* nie dotyczy zatem tego typu zjawisk, jakie wyróżnia się np. w *postmodernizmie* czy w *postdziennikarstwie*.

2 Jest to zatem poziom refleksji praktycznej, omawiany w artykule wstępnym w niniejszym tomie (Załęska 2015).

poziomie naukowym, w dyscyplinach akademickich proporcje się zmieniają: od ujęć, w których szuka się równowagi między teorią a praktyką (np. nauki stosowane) do podejść, w których teoria ma przewagę nad praktyką (np. w fizyce teoretycznej). Na poziomie postnaukowym, ogranicza się omawianie teorii na rzecz ujęcia praktycznego (np. w popularyzacji naukowej lub w prezentacjach nauki w kulturze popularnej: filmach czy książkach).

Poziomy prenaukowy, naukowy i postnaukowy współlistnieją ze sobą, a granice między nimi bywają płynne. Zainteresowanie wyłącznie praktyką i odrzucenie dotychczasowych teorii na poziomie postnaukowym może na przykład zaowocować przyjęciem nowego, odkrywczego spojrzenia na dawne problemy. Poziom postnaukowy może być inspirujący dla rozwoju poziomu naukowego w danej dyscyplinie, prowadząc do powstania nowych ujęć teoretycznych. Czasami taka radykalna zmiana spojrzenia może wręcz okazać się poziomem prenaukowym dla przyszłej nowej dziedziny wiedzy.

Zaproponowany podział odzwierciedla dwa wyidealizowane etapy. Pierwszy jest zasadniczo wiedzotwórczy: przejście od praktyk prenaukowych do wiedzy specjalistycznej, teoretycznej. Drugi to etap zasadniczo wiedzoodtwórczy, zwany popularyzacją naukową. Po osiągnięciu pewnego poziomu abstrakcji wiedzy specjalistycznej, zbyt już odległego od codziennych form rozumowania, dla przekazania zdobytych w ten sposób abstrakcyjnych form wiedzy okazuje się niezbędne zastosowanie uproszczeń i odwołanie do konkretów bliskich doświadczeniu niespecjalistów. W prezentacji znanej już specjalistom wiedzy wobec publiczności niespecjalistów, ogranicza się omawianie teorii na rzecz ujęcia praktycznego lub pokazuje teorię w formie atrakcyjnie zaprojektowanych doświadczeń (np. w Centrum Nauki Kopernik w Warszawie).

Na tle tych orientacyjnych rozróżnień rysuje się kwestia relacji między przekazywaną treścią (wiedzą niespecjalistyczną i specjalistyczną) a sposobami jej komunikowania (czy to język jakoby transparentny wobec przedstawianych treści, czy jednak używany w celu perswazji?). W refleksji nad relacją między rodzajami wiedzy a sposobami jej komunikowania, można wyróżnić przynajmniej cztery modele relacji, umownie nazwane tu: modelem opozycji, modelem proporcjonalności, modelem ekwiwalencji i modelem *continuum*.

3. Model opozycji (*retoryka vs. „nie-retoryka”*)

W ramach tego ujęcia, retoryka to sposób komunikacji z wpisanym modelem epistemologicznym. Stosowana, jak to ujmuje Arystoteles, do „podważania lub udowadniania jakiegoś sądu, oskarżenia lub obrony” (zob. niżej), retoryka operuje jedynie w zakresie wiedzy ogólnej lub przynajmniej przedstawionej w sposób niespecjalistyczny. Obejmuje ona zatem tylko poziom prenaukowy i postnaukowy, z wyłączeniem poziomu naukowego, który miałby być obszarem „nie-retoryki”.

3.1. Retoryka a wiedza ogólna

W najwcześniejszych tekstach dotyczących retoryki, jest ona ujmowana jako kompetencja perswazji, użyteczna tylko w zakresie wiedzy ogólnej lub przynajmniej przedstawionej w sposób niespecjalistyczny komunikowaniu wiedzy niespecjalistycznej. W tekstach starożytnych, fundamentalnych dla refleksji nad umiejętnością perswazji, podkreślano uniwersalność retoryki, czyli cechę, jaką dzieli ona z dialektyką:

Obie przecież dotyczą tego rodzaju spraw, które do pewnego stopnia znane są wszystkim ludziom i *nie stanowią przedmiotu żadnej okre-*

ślonej nauki. Wszyscy więc w jakimś stopniu posługujemy się jedną i drugą sztuką, gdyż każdy człowiek w pewnej mierze ma do czynienia z podważaniem lub udowadnianiem jakiegoś sądu, z oskarżeniem lub obroną. Wielu czyni to na wyczucie, inni natomiast dzięki nabytej w doświadczeniu dyspozycji. (Arystoteles, *Retoryka* 1354a; kursywa MZ)

Wspomniana tu „retoryka naturalna” (jak ją nazywa Ziomek 2000) jest nabywana w toku socjalizacji, wraz z umiejętnością mówienia (słowo ‘retoryka’ pochodzi przecież od czasownika starogreckiego *eirein* ‘mówić’³). Retoryka to jednak nie jakiegokolwiek mówienie, lecz mówienie w sposób taki, by maksymalizować możliwość przekonania słuchaczy. Umiejętność „podważania lub udowadniania jakiegoś sądu, oskarżenia lub obrony” można stosować na wyczucie i doskonalić poprzez ćwiczenia. Jej używanie nie wymaga zatem spełniania wyrafinowanych kryteriów epistemicznych: wystarczy zdrowy rozsądek dorosłych, prostych ludzi. Nawet w podziale na trzy makrokonteksty – mowy polityczne (*genus deliberativum*), sądownicze (*genus iudiciale*) i popisowe (*genus demonstrativum*) – nie zakładano u słuchaczy uprzedniego wykształcenia specjalistycznego. Bycie obywatelem stanowiło dostateczną kompetencję, by brać udział w komunikacji publicznej.

Kupcy, rzemieślnicy, żołnierze, nawet sędziowie, do których przemawiał starożytny retor, posiadali niewątpliwie rozmaite umiejętności zawodowe oraz nieformalną wiedzę wspólną, ale jako ogół nie byli zaawansowani w technikach rozumowania. Jak pisał Arystoteles (*Retoryka* 1357a), retoryka „dotyczy [...] problemów, które należy rozstrzygnąć nie mając oparcia w sztuce i w dodatku w obecności słuchaczy niezdolnych do dostrzegania związków między większą ilością rzeczy i do śledzenia dłuższego toku rozumowania” (kursywa MZ). Retor mógł być osobą wykształconą lub nie, ale jego szanse przekonywania

3 <http://www.etymonline.com/index.php?term=rhetoric>

sluchaczy zależały od umiejętności dostosowania się do audytatorium (idea rozwinięta potem w Nowej Retoryce, zob. Perelman i Olbrechts-Tyteca 1958; zob. też Mielczarski 2015, w niniejszym tomie). Arystoteles odradzał zatem retorom wywody sprawiające słuchaczom trudność:

Pierwszy tok rozumowania [tj. tworzenie sylogizmów] jest naturalnie trudny do śledzenia ze względu na jego długość, wszak sędzia – jak się zakłada – jest człowiekiem prostym [...]. Drugi [tok rozumowania, tj. „wysnuwanie wniosków na podstawie przesłanek udowodnionych uprzednio za pomocą sylogizmu, albo z nie udowodnionych w ten sposób twierdzeń, które wymagają takiego udowodnienia, ponieważ nie należą do powszechnie uznanych prawd”] [...] nie jest w pełni wiarygodny, ponieważ jego przesłanek nie stanowią ani ogólnie przyjęte prawdy, ani obiegowe poglądy. (Arystoteles, *Retoryka* 1357a)

Mówić krótko, prosto, zrozumiale. Stosowanie tak ujmowanej retoryki opiera się przede wszystkim na kryteriach *wspólnotowych* (*powszechnie uznane* prawdy, *ogólnie przyjęte* prawdy, *obiegowe* poglądy), których nie należy podważać w imię kryteriów *epistemicznych* (jak jest *naprawdę?*).

Sugestie dotyczące wykorzystywania retoryki w komunikacji publicznej kreują wizerunek odbiorcy jako „zwyčajnego człowieka”, zainteresowanego głównie ludzkimi intencjami, emocjami, interesami oraz konsekwencjami decyzji w konkretnych sytuacjach życia. Człowiek taki musi rozstrzygać, w warunkach ryzyka i ciągłej niepewności poznawczej, w sprawach życia polityczno-społecznego w swojej wspólnocie. Jak pisze Angenot (2011), tak pojmowaną „retorykę argumentacji” można zatem uznać za „dziedzinę nieostrości”⁴, bez rygorystycznych standardów dowodu.

4 Trudno przetłumaczalny zwrot: *rhétorique de l'argumentation comme la science de l'à peu près*.

3.2. Retoryka a wiedza specjalistyczna

Na tle domyślnej wiedzy wspólnej danej społeczności, wykształcają się rozmaite „wspólnoty praktyk” (ang. *communities of practice*, zob. Lave i Wenger 1991; Wenger 1998). Grupy wyróżnione na podstawie kryterium wspólnej działalności, zainteresowań, celów (np. biegaczy, menedżerów, lekarzy, naukowców) wytwarzają różne konwencje komunikacji specjalistycznej, gatunki tekstów, nomenklaturę, specyficzne zwroty oraz wzorce perswazji, obce „niepraktykującym”, zaangażowanym w innych „wspólnotach praktyk”. Spośród nich poniżej interesuje nas tylko wspólnota praktyk polegających na zgłębianiu wiedzy teoretycznej, czyli specjalistyczne poznanie naukowe w różnych dyscyplinach.

Przejście od poziomu pre naukowego do naukowego to różnorodny proces, w ramach których początkowo przygodne zainteresowanie jakimś zjawiskiem czy problemem przekształca się w cierpliwe, systematyczne i metodyczne obserwacje, a nawet eksperymenty. Następuje wówczas zmiana jakościowa: z konkretnych sytuacji życiowych przechodzi się do abstrakcji, wyróżniając pewne ogólne klasy zjawisk czy mechanizmy; mniej uwagi poświęca się indywidualnym umiejętnościom praktycznym, więcej – systematyzacji zebranej wiedzy i próbom formułowania teorii.

W fundamentalnych dziełach starożytności, o poznaniu specjalistycznym naukowym wspominało się jedynie marginalnie, tylko po to, aby przeciwstawić retorykę nienazwanym formom komunikacji, jakoby „nie-retoryce”: „Jedne entymemy należą bowiem do sztuki retorycznej [...], inne natomiast są właściwe dla innych poszczególnych sztuk i umiejętności, zarówno już uprawianych, jak i jeszcze nie wykształconych⁵” (Arystote-

5 Te dziedziny wiedzy „jeszcze nie wykształcone” odpowiadałyby orientacyjnie omawianemu wyżej poziomowi pre naukowemu.

les, *Retoryka* 1358a). W powyższym cytacie, cechą definicyjną retoryki jest trzymanie się wyłącznie zasad *téchne rhetoriké*: metod i środków przekonywania zdroworozsądkowego, usystematyzowanych w dziełach retorycznych, a nie w metodologiach poznania naukowego. Komunikacja, w której mówcy „trzymają się zasad innej sztuki” – metodologii poznania specjalistycznego, w tym tworzenia, weryfikowania i fałsyfikowania teorii – oznacza według tej koncepcji inny reżim komunikacji, uznawany za nieretoryczny.

Wedle tej linii rozumowania, wykorzystującej wspomniany wyżej motyw *całość/część*, retoryka jest rozumiana jako te sposoby komunikacji, które mogą trafić do przekonania *ogółowi*. Adresat wypowiedzi retora – *populus* ‘lud’ – jest zainteresowany tylko wiedzą w formie *popularnej*, komunikacją egalitarną, powszechnie zrozumiałą (w tym także jej odmianą, zwaną współcześnie *popularyzacją* naukową i popularnymi sposobami komunikowania wiedzy specjalistycznej, por. artykuł autorstwa Beaty Gaj pt. „‘Przystępna wiedza’, czyli o przywracaniu komunikatywności” w niniejszym tomie). Retoryka zatem obejmowałaby tylko to, co stanowi swoisty najniższy *wspólny* mianownik:

Sądzę, że sylogizmy dialektyczne i retoryczne dotyczą tego rodzaju rzeczy, które nazywamy „toposami”. Są to mianowicie wspólne punkty odniesienia (*loci communes*) dla zagadnień praworządności, fizyki, polityki i dla wielu innych, nie mających nic wspólnego ze sobą, dziedzin. Takim toposem jest np. „jeśli więcej to i mniej”, ponieważ na jego podstawie można utworzyć logiczny sylogizm lub retoryczny entymem zarówno dla zagadnień praworządności, jak fizyki lub jakiegokolwiek innej dziedziny, mimo że zachowuje ona właściwą sobie różnicę gatunkową. [...] Toposy nie uczynią więc z nikogo specjalisty w jednym rodzaju [nauki], ponieważ nie dotyczą żadnego określonego przedmiotu rzeczywistości. (Arystoteles, *Retoryka* 1358a)

Retoryka jest tu zatem ujmowana jako model komunikacji niespecjalistycznej, o bardzo wysokim stopniu ogólności, który odwołuje się do wspomnianych wyżej poglądów obiegowych („przesłanki wspólne”) i wykorzystuje toposy wspólne.

W tym kontekście interesujące jest sformułowanie dotyczące rozumowania specjalistycznego (z łac. *species* ‘rodzaj’, ‘gatunek’), które koncentruje się problemach szczególnego rodzaju, według dziedzin poznania (np. fizyki czy etyki):

Odrębnymi (punktami odniesienia) są natomiast takie stwierdzenia, które wynikają z przesłanek właściwych wyłącznie dla poszczególnych gatunków i rodzajów. Istnieją np. przesłanki właściwe dla zagadnień fizyki, z których nie da się utworzyć sylogizmu lub entymemu na temat zagadnień etycznych. Istnieją też przesłanki właściwe dla etyki, na podstawie których nie można wnioskować na temat zagadnień fizyki. [...] A jeśli nawet przytrafi [...] się sformułować jakąś ogólną zasadę, to nauka ta nie stanie się z tego powodu ani dialektyką, ani retoryką, lecz pozostanie dziedziną, do której należy odkryta w ten sposób zasada. (Arystoteles, *Retoryka* 1358a; kursywa MZ)

Powyższe sformułowanie podkreśla odrębność retoryki (komunikacji wspólnej, opartej na toposach wspólnych) od „nie-retoryki” (komunikacji specjalistycznej, z definicji „niewspólnej”). Rozumowanie na podstawie „miejsc niewspólnych” (czyli toposów specjalistycznych) oznacza wykorzystywanie przesłanek właściwych dla poszczególnych dyscyplin wiedzy, aby sformułować zasady uniwersalne (np. prawa natury). Te zasady, o wysokim stopniu abstrakcji, nie wchodzą w zakres zainteresowań i kompetencji ogółu, który zajmuje się raczej ludzkimi intencjami, emocjami i interesami w konkretnych sytuacjach. Dlatego właśnie rozumowanie na podstawie „miejsc niewspólnych” stanowi, według tej koncepcji, „dziedzinę [...] inną niż [...] retoryka”.

Cope (1867: 8) przytacza Kwintyliana (*Institutio oratoria* 1. 10, 34-49), który wprawdzie wspomina o możliwości stoso-

wania retoryki do przedstawiania wiedzy z dziedziny geometrii, ale tylko w kontekście jej wykładania niespecjalistom. Jak pisze Cope (1867: 8-9), w starożytności retoryka była pojmowana jako model komunikacji uniwersalnej, zrozumiałej dla wszystkich. Mogła być stosowana oczywiście do przedstawienia jakiegokolwiek tematu, także nauki, ale – jak podkreśla autor – tylko wtedy, gdy tematy specjalistyczne zamierzano wyłożyć w sposób przystępny dla niespecjalistów (np. w sądzie). Jeśli natomiast retoryka miałaby opuścić obszar *wspólny*, zrozumiały dla wszystkich, włączając do repertuaru stosowanych środków także rozumowania kontrintuicyjne, specjalistyczne, wówczas stałaby się... „czymś innym”⁶. Ale czym?

3.3. Retoryka vs. „nie-retoryka”

W ramach omawianego modelu retoryka jest jednoznacznie łączona z wiedzą *ogólną*, nabywaną w procesie socjalizacji. Jest to sposób komunikacji uwarunkowany kulturowo i społecznie: odwołuje się do najniższego wspólnego mianownika, czyli wspólnych dla społeczności doświadczeń, obiegowych poglądów, uznawanych za obowiązujące wartości. Innymi słowy, jest to sposób komunikacji „inkluzywnej”, włączającej wszystkich członków społeczności, oraz komunikacji „wszerz”, obejmującej tematy interesujące każdego człowieka: ludzkie intencje, motywy, interesy, emocje.

Nienazwany w tekstach starożytnych sposób komunikacji wiedzy specjalistycznej – ujmowany tu roboczym terminem „nie-retoryka” – był traktowany natomiast jako jakościowo odmienny (jakkolwiek Arystoteles omawia w jego kontekście

6 W oryginale: “[...] when [...] rhetoric deserts its *common* ground, and employs either the method or special principles [...] of any particular science, it becomes something else; it quits its own province and trespasses upon an alien territory” (Cope 1867: 8, kursywa w oryginale).

także „*entymemy* wywodzące się *ze sztuk* [...]”, czyli – we współczesnej terminologii – z metod różnych dyscyplin naukowych). W tej „nie-retoryce” podstawowy mechanizm dowodzenia to *demonstratio*. Komunikacja specjalistyczna naukowa jest jednoznacznie łączona z wiedzą ujętą w dyscypliny (czyli właśnie *specjalistyczną*), nabywaną w procesie systematycznego, zinstytucjonalizowanego nauczania. Deklarowanym celem działalności naukowej jest emancypacja z wpływów kultury i obiegowych poglądów (*doxa*) na rzecz obiektywnego, metodycznego, często kontrintuicyjnego poznania, jak się rzeczy mają (*episteme*). Tak rozumiana „nie-retoryka” odwołuje się do rygorystycznie przestrzeganych standardów dowodu, opartych na metodologii, programowym sceptycyzmie i nieustannej kontroli wiedzy przedmiotowej. Jest to zatem sposób komunikacji ekskluzywny w tym sensie, że wyłącza *ogół* – niespecjalistów. W przeciwieństwie do komunikacji „wszerz”, stanowi ujęcie „w głąb”: specjaliści bowiem rozważają problemy na poziomie mikro i makro, których istnienia niespecjaliści nawet nie podejrzewają.

4. Model ekwiwalencji (retoryka to wiedza, wiedza to retoryka)

Model ekwiwalencji przeciwstawia się diametralnie samej idei opozycji. Podczas gdy w modelu opozycji dokonuje się radykalnego rozdziału epistemologiczno-komunikacyjnego między sposobami przekazywania wiedzy niespecjalistycznej i specjalistycznej, w modelu ekwiwalencji dokonuje się radykalnego połączenia. Stosowanym kryterium nie jest *jakość* wiedzy (niespecjalistyczna vs. specjalistyczna) i *typ* komunikacji (retoryczna vs. „nieretoryczna”), lecz *obiekt* wiedzy. Model ekwiwalen-

cji praktycznie wyklucza relację referencjalności: retoryka nie jest *o czymś*, retoryka jest *czymś*. Zgodnie bowiem z najbardziej radykalną wersją zwrotu lingwistycznego (*linguistic turn*, zob. Rorty 1967) i zwrotu retorycznego (*rhetorical turn*, zob. Simons 1989 e 1990), ludzie nie są w stanie poznać rzeczywistości takiej, jaką jest naprawdę – ani na poziomie wiedzy zdroworozsądkowej, ani specjalistycznej. Tym, co jednocześnie tworzą i poznają, są wyłącznie ich własne sposoby mówienia. W tym sensie, retoryka jest wiedzą, a wiedza (specjalistyczna lub niespecjalistyczna) – retoryką.

5. Model proporcjonalności (im więcej wiedzy specjalistycznej, tym mniej retoryki)

Model proporcjonalności częściowo akceptuje – ale i częściowo osłabia – koncepcję opozycji (retoryka vs. wiedza specjalistyczna). Z drugiej strony – właśnie przez to osłabienie – umożliwia sformułowanie modelu *continuum* (zob. niżej, część 6).

Wprawdzie bowiem powyżej przytoczone cytaty (część 4) wskazywały, że Arystoteles ujmował relację między retoryką a wiedzą specjalistyczną w kategoriach opozycji, jednak w niektórych fragmentach autor zdaje się sugerować model proporcjonalności:

[...] uchodzi uwagi [słuchaczy] [...], [że] *im bardziej* [mówcy] trzymają się zasad innej sztuki, *tylko bardziej* oddalają się od retoryki i dialektyki. [...] *Im lepiej* [...] dobiera ktoś przesłanki [właściwe dla poszczególnych nauk], *tylko bardziej* – nie zdając sobie sprawy – wchodzi w dziedzinę wiedzy innej niż dialektyka i retoryka. (Arystoteles, *Retoryka* 1358a; kursywa MZ)

Relacja jest zatem odwrotnie proporcjonalna: im *więcej* nauki, tym *mniej* retoryki.

Model proporcjonalności jest odmienny niż omawiany poniżej (zob. część 6) model *continuum*, który opiera się na kategoriach jakościowych: *inna* jest retoryka ogólna, *inna* – retoryka literaturoznawstwa, jeszcze *inna* – retoryka fizyki.

6. Model *continuum* (od retoryki ogólnej do retoryk specjalistycznych)

Wedle modelu *continuum*, retoryka to sposób komunikacji bez wpisanego modelu epistemologicznego: może być zatem stosowana do komunikacji wiedzy na poziomie pre naukowym, naukowym i postnaukowym, dostosowując się elastycznie do warunków i celów komunikacji (zob. Mielczarski w niniejszym tomie).

Jak wspomniano wyżej, model opozycji przeciwstawia retorykę „nie-retoryce”. Powstaje jednak problem: jak nazwać sposoby przekonywania dotyczące spraw, które *nie* są znane wszystkim ludziom i stanowią *przedmiot określonej nauki*? Jakim terminem określić dowodzenie w zakresie problemów, które jednak *mają* oparcie w sztuce (czyli, mówiąc językiem współczesnym, opierają się na metodologiach poznania specjalistycznego, zaprojektowanych tak, by – w miarę możliwości – chronić przed popełnianiem błędów), lecz nie ograniczają się jedynie do formalizacji? Jak określić złożone, trudne w odbiorze sposoby przekonywania, skierowane do słuchaczy *zdolnych* dostrzegać związki między większą ilością rzeczy i śledzić – a nawet tworzyć! – dłuższy tok rozumowania? Jak nazwać sposoby argumentowania, w których przesłanek nie stanowią ani ogólnie przyjęte prawdy, ani obiegowe poglądy, a wręcz przeciwnie: ich kontestacja (skoro przecież poznanie naukowe,

przynajmniej w założeniu, jest kontrintuicyjne, krytyczne, sceptyczne i podważa utarte opinie)?

Rozwiązaniem problemu jest uznanie, że także te sposoby komunikacji można zaliczyć do retoryki, choć odmiennej od retoryki ogólnej dla niespecjalistów (zob. Kowalski, w niniejszym tomie). W stosunku do modelu opozycji *retoryka* vs. „*nie-retoryka*”, model *continuum* zakłada przejście od uniwersalnego zasobu środków retoryki ogólnej do repertuaru środków retoryk specjalistycznych. Ten sposób komunikacji w dyskursie naukowym nie jest zatem „czymś innym”: jest wciąż retoryką, ale sprofilowaną do potrzeb różnych nisz komunikacyjnych. Retoryki specjalistyczne eliminują na przykład różne techniki perswazji (np. pewne aspekty rozumowań z toposów ogólnych)⁷ i dodają inne (np. naddane rygory wnioskowania, zgodne z wymogami konstrukcji teorii naukowych, zob. Bunge 1967, 1983).

W tym ujęciu, retoryka jest traktowana jako sztuka inteligencji i wyobraźni, niezbędnych do dostrzegania *wszędzie* potencjału perswazyjnego: „[...] retoryka zdaje się być umiejętnością odkrywania w każdym [...] przypadku tego, co przekonywające, i dlatego właśnie mówimy, że jako sztuka nie ogranicza się do jednego, określonego rodzaju przedmiotów” (Arystoteles, *Retoryka* 1355b).

Różnica między obydwooma omawianymi modelami zasadza się na odmiennym rozumieniu sformułowania „w każdym [...] przypadku”. W modelu opozycji *retoryka* vs. „*nie-retoryka*”, owo „w każdym przypadku” oznacza sprowadzenie do najniższego wspólnego mianownika. W modelu *continuum*, nie

7 Na przykład w retoryce skierowanej do słuchaczy-niespecjalistów, mówca może zastosować toposy dotyczące osoby (*loci ab persona*), argumentując na przykład ze stereotypów narodowościowych (np. *X jest Polakiem, zatem jest odważny*). Jest to rozumowanie, które nie spełnia standardów argumentacji naukowej i jako takie jest wykluczone z retoryki nauki.

chodzi o identyczność przypadków, lecz o elastyczność dostosowywania się do każdego *indywidualnego* przypadku – także do rozumowania specjalistycznego. Retoryka w tym ujęciu „nie ogranicza się do jednego, określonego rodzaju przedmiotów” – obejmuje bowiem różne „rodzaje przedmiotów”, co przejawia się w sposobach argumentowania wypracowanych w ramach rozmaitych dyscyplin.

Badanie sposobów, w jakie specjaliści z różnych dziedzin nauki starają się wyzyskać potencjał perswazji w komunikacji wiedzotwórczej, jest przedmiotem subdyscypliny retoryki zwanej retoryką nauki (*rhetoric of science*, czy, szerzej, *rhetoric of inquiry*, zob. Simons 1980, 1989; Fahnestock 1986, 1999; Bazerman 1988; Gross 1996 i 2006; Berthelot 2003).

Poznanie specjalistyczne pociąga za sobą zróżnicowanie w ramach retoryki uniwersalnej na retoryki szczegółowe. Wprawdzie dyscypliny naukowe kojarzą się głównie z wyborami na poziomie *elocutio* (terminologia poszczególnych dyscyplin, zob. Arcaini 1988), jednak podstawowa różnica dotyczy *inventio*. Toulmin (1958), proponując pojęcie „pól argumentacji” (*argument fields*), wskazuje, że niektóre aspekty argumentów są identyczne we wszystkich polach argumentacji (są zatem niezależne od tematyki, tj. *field-invariant*), podczas gdy inne ich aspekty zależą od specyfiki danego pola argumentacji (czyli są *field-dependent*). Wiele dyscyplin doczekało się już monografii lub przynajmniej artykułów na temat swoistych dla nich metod perswazji (np. McCloskey [1985] 1988 o retoryce ekonomii; Beacco 1988 o retoryce historiografii; Fahnestock i Secor 1991 o retoryce w literaturoznawstwie; Hallyn 1987, 1998 o retoryce astronomii; Mokrzan 2011 o retoryce antropologii; Załęska 2014 o retoryce lingwistyki).

Inspiracją do odejścia od opozycji retoryka vs. „nie-retoryka”, *persuasio* vs. *demonstratio*, na rzecz badań nad *przekony-*

waniem w nauce jest spostrzeżenie, że dzieje nauki to niekoniecznie historia pewności, lecz także historia błędów i wyciąganych z nich wniosków. To, co w jakimś okresie wydawało się prawdą udowodnioną ponad wszelką wątpliwość, „końcem nauki”, ostatecznym i rozstrzygającym słowem, okazywało się częstokroć fałszem albo zaledwie jednym z możliwych ujęć problemu, ograniczonym założeniami wstępnymi, z których istnienia badacze nie zdawali sobie sprawy, jak w poniższym wymownym przykładzie:

„Prawie wszystko jest już odkryte, pozostało do wypełnienia niewiele dziur”. To zniechęcająca wiadomość, zwłaszcza dla młodych ludzi zamierzających studiować fizykę, szczególnie gdy pochodzi od kogoś, kto powinien wiedzieć. W tym wypadku był to Philipp von Jolly, profesor fizyki. Było to w 1874 r. i pogląd von Jolly’ego odzwierciedlał to, w co większość fizyków tego okresu wierzyła: fizyka już się skończyła. W 1900 r. luminarz nauki lord Kelvin powiedział: „Nic już nie uda się w fizyce odkryć. Pozostały tylko coraz bardziej precyzyjne pomiary”. Proszę zauważyć, że powiedział także: „Mogę kategorycznie zapewnić, że maszyny cięższe od powietrza nigdy nie powstaną”. [...] Na szczęście młody człowiek, słuchający rady Jolly’ego, się nie zniechęcił. Nie miał zamiaru odkrywać nowych rzeczy, powiedział, że chciał tylko lepiej zrozumieć podstawy fizyki. Poszukując tego zrozumienia, dokonał jednej z dwóch wielkich rewolucji w fizyce XIX-wiecznej... Nazywał się Max Planck. (Stewart 2012: 258-260)

To, co w fizyce było uznane za pewne (obszar *demonstratio*), zostało podważone dzięki stworzonej przez Plancka teorii kwantowej. To, co miało być bezdyskusyjne i rozstrzygnięte raz na zawsze, zostało sproblematyzowane jako nieadekwatne do rzeczywistości. Skoro nie ma pewności i można co najwyżej uzyskać jakieś prawdopodobieństwo, nie można *nie stosować* retoryki, gdyż „[...] dotyczy [ona] problemów, które są przedmiotem dyskusji. [...] Sprawy, które są przedmiotem jej rozważań, mogą mieć przy tym na pozór dwa przeciwstawne rozwiązania. Nikt przecież nie zastanawia się nad tym, co nigdy

nie było, nie będzie i nie jest inne od tego, za co on je uważa” (Arystoteles, *Retoryka* 1357a). Esencją nauki jest podważanie przyjętej wizji świata na rzecz ustaleń kontrintuicyjnych: dlatego właśnie jej dzieje to programowy sceptycyzm, ciągle rewidowanie poglądów i paradygmatów, przekonywanie do rozmaitych prawdopodobnych rozwiązań w ciągłym dążeniu do ideału, jakim jest prawdziwe, rozstrzygające rozwiązanie i wiedza pewna (*episteme*).

Nieuzasadnione jest zatem stanowisko, że komunikacja naukowa jest diametralnie odmienna od innych obszarów komunikacji: to raczej różnica stopnia niż kategorii. W kwiecistym tytule swojej książki – *Never pure: historical studies of science as it was produced by people with bodies, situated in time, space, culture, and society and struggling for credibility and authority* – Shapin (2010) podkreśla, że nauka, jak każdy inny obszar komunikacji, nie stanowi abstrakcyjnego bytu „czystego”, lecz jest tworzona przez ludzi, podlegających różnym wpływom kulturowo-społecznym, walczących o status i wytwarzających swoiste dla różnych dyscyplin konwencje poznawcze. Poszczególne społeczności badaczy – fizyków, geologów, lingwistów – podzielają pewne założenia wstępne, określane mianem „wspólnot myślenia” (*Denkkollektive*, Fleck [1935] 2006, 2007), „paradygmatów” (Kuhn 1970) czy „wspólnot dyskursu” (*communities of discourse*, Swales 1993). To właśnie te założenia wstępne określają, co w danej społeczności jest uznawane za fakt, co może uchodzić za dowód, jaki jest horyzont wyobraźni argumentacyjnej, jak są konstruowane relacje przyczynowo-skutkowe.

Kłopoty wybitnych naukowców, aby pokonać inercję myślenia własnej grupy zawodowej i przekonać ją do nowatorskich teorii, nie mieszczących się w dotychczasowych schematach, dobitnie ilustrują badania Campbella (1987) i Hallidaya (1990)

nad tekstami Darwina. Sama *demonstratio* nie wystarczała: Darwin stosował wyrafinowane strategie językowe i retoryczne, aby przekonać sceptycznych kolegów-specjalistów do odmiennego spojrzenia na problem. Nie chodziło zatem o to, by coraz lepiej dobierać „przesłanki [właściwe dla poszczególnych nauk]”, a przez to jakoby oddalać się coraz bardziej od retoryki, lecz o to, aby – dobierając te przesłanki – stosować również adekwatną dla sprawy retorykę. Innymi słowy, trzeba było cały czas „szukać tego, co może być przekonujące”, m.in. argumentując na metapoziomie, dlaczego należy zmienić sposób myślenia i patrzenia na badaną kwestię.

W kontekście komunikacji naukowej, wspomniane wyżej uniwersalne „umiejętności dostarczania argumentacji logicznej” stosowane są na poziomie, gdy *wiedza* (*knowledge*) osiąga status *wiedzy naukowej* (raczej w szerokim znaczeniu *Wissenschaft* niż w wąskim znaczeniu *science*). Podział na nauki ścisłe i humanistyczne bywa dyskusyjny choćby z tego powodu, że w każdej dyscyplinie można wyróżnić nurt „humanistyczny” (oparty głównie na słowach, z konwencjami komunikacji stosunkowo bliskimi zasadom retoryki ogólnej) oraz nurt „scjentyistyczny” (oparty głównie na liczbach i pomiarach, w którym dowody formalne stanowią część retoryk specjalistycznych poszczególnych dziedzin wiedzy).

W nurcie „humanistycznym” uwzględniany jest lub nawet uwypuklany czynnik ludzki, społeczny, kulturowy (zob. refleksje w pracach: Lakoff i Núñez 2000 w dziedzinie matematyki; Heller i Krajewski 2013 w dziedzinie fizyki i matematyki).

W nurcie „scjentyistycznym” natomiast zachodzi redukcja lub eliminacja czynnika ludzkiego poprzez skupienie się na strukturach, schematach, pomiarach, relacjach przyczynowo-skutkowych (np. van Peer, Hakemulder i Zyngier 2012 o metodologii nauk ścisłych w dziedzinach humanistycznych).

W naukach społecznych, np. socjologii czy antropologii, możliwe są podejścia inspirowane metodologią nauk humanistycznych (np. studia przypadków, kategoryzacja, uogólnienia indukcyjne) lub metodologią nauk ścisłych (próby formułowania teorii, projektowanie eksperymentów społecznych w ramach dopuszczalnych przez etykę).

6.1. *Continuum* użyć retoryki

W ramach modelu *continuum* uznaje się, że retoryka służy komunikacji we wszystkich kontekstach – od tych, które zakładają wiedzę wspólną dla ogółu, do tych, które dotyczą komunikowania wiedzy specjalistycznej, wspólnej dla mniejszej grupy ludzi.

Retoryka specjalistyczna to sposób komunikacji „ekskluzywny” w tym sensie, że konstruowana argumentacja wyłącza niespecjalistów: osoby, które nie zajmują się danym rodzajem (*species*) wiedzy ani działalnością wiedzytwórczą. Jednak ta ekskluzywność jest stopniowalna, co przejawia się także w całym spektrum zastosowań retoryki w nauce: w kontekstach całkowicie poważnych, popularyzatorsko-ludycznych czy też pseudonaukowych.

Na jednym krańcu *continuum* przedstawiania wiedzy specjalistycznej można umieścić przypadki, gdy specjalista (lub np. dziennikarz obeznany z tematyką) przekazuje wiedzę niespecjalistom. Celem jest przekonanie ich do zainteresowania się nauką, a środkiem – stosowanie różnych zabiegów retorycznych (metafor, barwnych porównań, chwytliwych wyrażeń), aby uatrakcyjnić przekaz i przekształcić abstrakcję w konkrety, bliskie codziennemu doświadczeniu odbiorców. Osiąga się wtedy komunikatywność według standardów niespecjalistów: bez konieczności doksztalcania się w nowych sposobach rozumowania, otrzymują tekst „przetłumaczony” na znane im pojęcia.

Efektem bywa częściej jedynie powierzchowne obeznanie z tematem (ang. *familiarity*) niż dogłębna wiedza (ang. *knowledge*), która umożliwiłaby im samodzielne, systematyczne zgłębianie tematu. Zaletą tego sposobu komunikacji jest jednak to, że otwiera horyzonty poznania i może zainspirować przynajmniej niektórych do poważnego zajęcia się zagadnieniem.

Nieco inne zabiegi retoryczne można zaobserwować w dyskursie dydaktycznym, prowadzonym obecnie często w konwencji *edutainment* (*education* ‘edukacja’ oraz *entertainment* ‘rozrywka’). Adresatem są niespecjaliści, którzy docelowo mają jednak osiągnąć pewien stopień zaawansowania w systematycznej wiedzy specjalistycznej (*knowledge*). Takie środki retoryczne, jak anegdoty, opowieści, analogie i metafory edukacyjne (tj. okazjonalnie tworzone figury i tropy retoryczne, ułatwiające przyswojenie skomplikowanych pojęć) mają dopomóc nowicjuszom w osiągnięciu pewnego poziomu kompetencji specjalistycznej, związanej m.in. ze zdolnością do myślenia abstrakcyjnego i rozpoczęcia działalności wiedzotwórczej. Celem zabiegów retorycznych jest zatem głównie pomoc w przejściu od myślenia konkretnego, opartego na bezpośrednim doświadczeniu, do myślenia abstrakcyjnego, wymaganego do rozumienia teorii czy uogólnień na podstawie większej liczby przypadków. Dyskurs dydaktyczny wymaga zatem od odbiorców – aspirujących do uzyskania miana specjalistów w danej dziedzinie wiedzy – większego wysiłku intelektualnego niż miłe, łatwe i przyjemne teksty popularyzatorskie.

Nauka jako działalność poważna (w sensie etnologicznym) to komunikacja specjalistów ze specjalistami. Nadawcy i odbiorcy są zaawansowani w wiedzy merytorycznej, myśleniu abstrakcyjnym i w specyficznych sposobach komunikacji. Stanowią one szczególne połączenie technik i metod danej dyscypliny oraz zasobów *téchne rhetoriké* (obiektu zainteresowania

działu retoryki, zwanego retoryką nauki). W specjalistycznej komunikacji naukowej zastosowanie retoryki zakłada bowiem inną sytuację wyjściową niż wyżej omówione.

Po pierwsze, problem naukowy jest traktowany jako ciekawy sam w sobie z punktu widzenia danej dyscypliny, nie trzeba go zatem konieczne dodatkowo „ufajniać” (uroczy termin zasłyszany od studentów) zabiegami retorycznymi, zaczerpniętymi z zasobu retoryki ogólnej (np. anegdotami) czy dydaktycznej (np. metaforami edukacyjnymi). W retoryce nauki używane środki retoryczne służą natomiast konceptualizacji zagadnienia. Przykładem może być choćby tworzenie rozmaitych tzw. metafor konstytutywnych, tj. takich, które stanowią fundament sposobu myślenia o problemie. Na przykład, w lingwistyce język jest przedstawiany w kategoriach metafory biologicznej (*narodziny, rozwój i śmierć* języka); metafory geologicznej (np. w dialektologii czy w gramatyce historycznej omawia się rozwój *warstw* języka, szukając *substratu* dla aktualnych zjawisk) czy metafory konstrukcji (*struktura, poziomy, relacje, opozycje*).

Po drugie, adresaci są wytrenowani w myśleniu abstrakcyjnym, więc nie jest konieczne (choć możliwe) stosowanie takich środków retorycznych, które odwołują się do konkretów bezpośredniego doświadczenia. Stosowane są natomiast środki retoryczne, które wskazują na abstrakcyjne wzorce i relacje (np. paradygmaty) czy abstrakcyjne kryteria (np. w definicjach naukowych; każda definicja zależy od przyjętej ramy teoretycznej, w której pewne cechy są uznane za istotne, a inne za nieistotne).

Po trzecie, adresaci są przyzwyczajeni do wysiłku intelektualnego, dlatego można – i trzeba – wytyczać nowe ścieżki myślenia. Prawdziwy postęp naukowy nie polega przecież na powtarzaniu znanych treści i sposobów myślenia (wyżej wspomniana „opinia ogółu”, „*podzielane* sądy”), lecz na tworzeniu nowych paradygmatów naukowych i nowych poglądów, de-

mentujących obiegowe opinie (np. Ziemia jest płaska vs. Ziemia jest okrągła). W naukowych argumentacjach wykorzystuje się często topos przyczyna/skutek (np. tworząc teorie na temat ukrytych przyczyn choroby z obserwacji jej widzialnych skutków oraz testując powstałe w ramach tych teorii hipotezy na temat leków zwalczających przyczyny choroby i skutków stosowania tych leków).

Dobry styl naukowy, realizowany w wielu cenionych czasopismach specjalistycznych, łączy walory naukowe z dydaktycznymi: stawia czytelnikowi wymagania intelektualne, zmusza do wysiłku zrozumienia niełatwej tematyki i nowego sposobu myślenia, ale też ułatwia ten wysiłek, realizując retoryczne „cnoty wysłowienia” (*virtutes elocutionis*). *Aptum*, czyli stosowność, oznacza w tym wypadku respektowanie kontekstu komunikacji specjalistycznej, czyli mówienie w sposób adekwatny do wiedzy odbiorców zaawansowanych w temacie (np. wystrzeganie się infantylizmu przekazu). *Puritas*, czyli poprawność językowa, w kontekście komunikacji specjalistycznej oznacza posługiwanie się właściwym dla danej dyscypliny kodem językowym, unikając innych kodów (np. kolokwializmów, dialektalizmów, niepotrzebnych zapożyczeń z terminologii innych dyscyplin). *Perspicuitas* (zwana też *claritas*) to jasność wypowiedzi – cecha, która ma zapewnić zrozumiałość wywodu. W tekstach specjalistycznych, przejawia się ona m.in. w precyzyjnym używaniu terminologii specjalistycznej. Jasność na poziomie *elocutio* (np. właściwe spełnienie funkcji denotacyjnej) powinna iść w parze z jasnością na poziomie *inventio* (dobrze skonstruowana argumentacja) i *dispositio* (odpowiednie uporządkowanie treści na poziomie tekstu i na poziomie pojedynczych zdań). W przeciwieństwie do trzech powyższych zalet wysłowienia, *ornatus*, czyli ozdobność wypowiedzi, nie jest niezbędna – a w tekstach specjalistycznych wręcz unikana.

W złym stylu naukowym – tylekroć krytykowanym i wyśmiewanym (zob. Sokal i Bricmont 1998; Załęska 2009) oraz niesłusznie utożsamianym ogólnie z komunikacją naukową – zazwyczaj nie jest realizowany przede wszystkim wymóg zrozumiałości (*perspicuitas/claritas*). Często niedostatki na poziomie *inventio* (banalny problem, trywialne argumenty) są maskowane zabiegami retorycznymi na poziomie *elocutio*, co ilustruje poniższy komentarz do praktyk komunikacji specjalistycznej w historii:

Niestety w historii rozszerzyła się ostatnio moda na operowanie napuszonymi terminami i podstępnie skonstruowanym pustosłowiem [...]. Nie jest na przykład żadną nowością stwierdzenie, że podbicie tej części świata [= Ameryki Łacińskiej] przez Hiszpanów i nawrócenie Indian zaowocowały powstaniem nowego ładu społecznego. Informacja ta uzyskuje w książce nową formę, dzięki nadaniu tej przemianie etykiety „dialektycznej refrakcji”, jej czynniki nazywane są „dezorganizatorami” lub „warunktatorami”, nowa wiara to „przymusowo wpojone kontrwartości”, nowy porządek moralny uzyskał nazwę „akrytycznych kontrnorm”, stary porządek społeczny określany jest jako „topia nr 1”, a nowy „topia nr 2”. [...] Jaki kapitalista się nie ucieszy, jeśli zamiast o krwawej rewolucji powie mu się, że doświadczy jedynie instrumentalizacji kontrwartości i kontrnorm topii nr 5 przez grupy opozycyjnej kontrelity? (Andreski 2002: 84-85)

Zły styl naukowy obfituje w niepotrzebne neologizmy specjalistyczne (które mają sprawić na czytelnikach wrażenie postępu badawczego); pojawiają się w nim pleonazmy zamiast starannie skonstruowanych definicji, tautologie zamiast interesujących teoretycznie interpretacji, parafrazy treści przykładów zamiast ich analizy.

7. Podsumowanie

Retoryka bywa różnie rozumiana i definiowana, z czego wynikają odmienne koncepcje jej stosowania w kontekstach przekazywania wiedzy niespecjalistycznej i specjalistycznej.

W modelu *opozycji* chodzi o różnicę kategoryalną: *retoryka* vs. „*nie-retoryka*”. Przeciwstawienie to oparte jest na serii rozróżnień: audytorium „wszystkich” vs. audytorium „części” (tj. specjalistów); wiedza ogólna vs. wiedza specjalistyczna; poznanie „wszerz” vs. poznanie „w głąb”; *persuasio* vs. *demonstratio*; tematyka zasadniczo „osobowa” (ludzkie intencje, interesy, emocje w konkretnych sytuacjach) vs. tematyka zasadniczo „bezosobowa” (uniwersalne prawa przyrody, tendencje społeczne, trendy ekonomiczne).

W modelu ekwiwalencji chodzi natomiast o tożsamość kategoryalną: *wiedza to retoryka, retoryka to wiedza* (niezależnie od jej typu: wiedza niespecjalistyczna lub specjalistyczna).

Model proporcjonalności zakłada istnienie relacji odwrotnie proporcjonalnej: *im więcej wiedzy specjalistycznej, tym mniej retoryki*.

Model *continuum* nie uznaje istnienia różnicy jakościowej między typami poznania, lecz tylko istnienie różnicy stopnia i sposobu. Retoryka jest traktowana przede wszystkim jako „podważanie lub udowadnianie jakiegoś sądu, oskarżanie lub obrona”: *każdy* mówca czy autor (także naukowiec) angażuje wyobraźnię i inteligencję w szukanie tego, co może być przekonujące w *każdym* temacie (także specjalistycznym) i wobec *każdego* audytorium (także specjalistycznego). Ta postawa pełnego ciekawości poszukiwania oznacza, że retorykę można (i trzeba) stosować w komunikacji z najróżniejszymi odbiorcami: niespecjalistami, specjalistami czy audytoriami mieszanymi. W stosowaniu retoryki w komunikacji specjalistycznej, w tym

naukowej, nie chodzi o kwestię „tłumaczenia” z trudnego na proste, lecz właśnie o tworzenie złożonej, trudnej argumentacji specjalistycznej: swoistych wzorców połączeń *téchne rhetoriké* oraz zaawansowanych technik metodologii naukowej.

W zależności od słuchaczy, można wykorzystywać potencjalnie perswazyjne odwołania do różnych kombinacji wiedzy wspólnej i wiedzy specjalistycznej (z przewagą wiedzy wspólnej w ujęciach humanistycznych, a wiedzy specjalistycznej w ujęciach scjentystycznych). Specjalistyczne poznanie „w głąb” nie oznacza eliminacji retoryki, lecz wykorzystanie jej do poszukiwania innych zasobów tego, co może być przekonujące (np. toposów specjalistycznych). W wielu przypadkach, sama *demonstratio* nie wystarcza, gdyż specjalista musi także *przekonać* do paradygmatu, w ramach którego owa *demonstratio* ma sens. Także kryterium tematyki okazuje się stopniowalne: każdą dziedzinę wiedzy można przedstawić w sposób humanistyczny (uwypuklając znaczenie omawianych kwestii dla zrozumienia człowieka) lub w sposób scjentystyczny (skupiając się na samych mechanizmach, regularnościach, prawach, z programową eliminacją czynnika ludzkiego).

Czy zatem retoryka „mówi sama za siebie”? Być może tak, ale... każdemu co innego.

Strony internetowe

<http://www.etymonline.com/index.php?term=rhetoric>

Bibliografia

Andreski, S. (1972) 2002. *Czarnoksiężstwo w naukach społecznych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza.

- Angenot, M. 2011. "La rhétorique de l'argumentation comme science de l'à peu près". *Français Moderne*, 79 (1). 56-66.
- Arystoteles 2004. *Retoryka. Retoryka dla Aleksandra. Poetyka*. Przekł. H. Podbielski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bazerman, Ch. 1988. *Rhetoric of the Human Sciences*. Madison, WI: The University of Wisconsin Press.
- Beacco, J.-C. 1988. *La rhétorique de l'historien. Une analyse linguistique de discours*. Bern etc.: Peter Lang.
- Berthelot, J.-M. (red.) 2003. *Figures du texte scientifique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bunge, M. 1967. *Scientific Research*. Berlin – New York: Springer Verlag.
- Bunge, M. 1983. *Epistemology & Methodology. Vol. I. Exploring the World*. Berlin – New York: Springer Verlag.
- Campbell, J. A. 1987. "Charles Darwin: Rhetorician of Science". W: *The Rhetoric of the Human Sciences. Language and Argument in Scholarship and Public Affairs*. Red. J. S. Nelson; A. Megill i D. N. McCloskey. Madison, WI: The University of Wisconsin Press. 69-87
- Cope, E. M. 1867. *An Introduction to Aristotle's Rhetoric. With Analysis, Notes and Appendices*. Cambridge: MacMillan and Co. https://archive.org/stream/introductiontoar00copeuoft/introductiontoar00copeuoft_djvu.txt (Data dostępu: 10.09.2014)
- Fahnestock, J. 1986. "Accommodating science: The rhetorical life of scientific facts". *Written Communication* (3). 275-296.
- Fahnestock, J. 1999. *Rhetorical figures in science*. New York: Oxford University Press.

- Fahnestock, J. i M. Secor. 1991. "The Rhetoric of Literary Criticism". W: *Textual Dynamics of the Professions*. Red. Ch. Bazerman i J. Paradis. Madison, WI: University of Wisconsin Press. 76-96.
- Fleck, L. (1935) 2006. *Psychosocjologia poznania naukowego. Powstanie i rozwój faktu naukowego oraz inne pisma z filozofii poznania*. Red. Z. Cackowski i S. Symotiuk. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Fleck, L. 2007. *Style myślowe i fakty. Artykuły i świadectwa*. Red. S. Werner, S. Zittl i F. Schmaltz. Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN.
- Gaj, B. 2015. „'Przystępna wiedza', czyli o przywracaniu komunikatywności" [w niniejszym tomie].
- Gross, A. G. 1996. *The Rhetoric of Science*. Cambridge, MA/ London: Harvard University Press.
- Gross, A. G. 2006. *Starring the text. The place of rhetoric in science studies*. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Halliday, M. A. K. 1990. "The construction of knowledge and value in the grammar of scientific discourse: with reference to Charles Darwin's *The Origin of Species*". W: *La Rappresentazione Verbale e Iconica: Valori Estetici e Funzionali. Atti del XI Congresso Nazionale dell'Associazione Italiana di Anglistica, Bergamo, 24 e 25 Ottobre 1988*. Red. C. de Stasio et al. Milano: Guerini Studio. 57-80.
- Hallyn, F. 1987. *La poétique du monde. Copernic, Képler*. Paris: Jenil.
- Hallyn, F. 1998. "Tropologie et 'invention' scientifique: de la métaphore filée du modèle analogique". W: *La rhétorique: enjeux de ses résurgences*. Red. J. Gayon, J. Poirier i J.-C. Gens. Bruxelles: Editions OUSIA. 142-161.

- Heller, M. i S. Krajewski. 2013. *Czy fizyka i matematyka to nauki humanistyczne?* Kraków: Copernicus Center Press.
- Kowalski, G. 2015. "Retoryczne i pragmatyczne funkcje zaimków 1. osoby w polskim i angielskim dyskursie naukowym" [w niniejszym tomie].
- Kuhn, T. 1970. *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. i R. Núñez. 2000. *Where Mathematics Comes From*. New York: Basic Books.
- Lave, J. i E. Wenger. 1991. *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCloskey, D. N. (1985) 1988. *La retorica dell'economia. Scienza e letteratura nel discorso economico*. Torino: Einaudi.
- Mielczarski, C. 2015. „Myśl klasycznych sofistów i komunikacja specjalistyczna” [w niniejszym tomie].
- Mokrzan, M. 2011. *Tropy, figury, perswazje. Retoryka a poznanie w antropologii*. Wrocław: Katedra Etnologii i Antropologii Kulturowej Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Moscovici, S. 1984. "The phenomenon of social representations". W: *Social Representations*. Red. R. M. Farr i S. Moscovici. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 3-69
- Nelson, J. S. i A. Megill. 1986. "Rhetoric of inquiry: projects and prospects". *Quarterly Journal of Speech* (72). 20-37.
- Nelson, J. S., A. Megill i D. N. McCloskey (red.) 1987. *The Rhetoric of the Human Sciences. Language and Argument in Scholarship and Public Affairs*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Perelman, Ch. i L. Olbrechts-Tyteca. 1958 *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*. Paris: Presses Universitaires de France.

- Rorty, R. (red.) 1967. *The Linguistic Turn. Essays in Philosophical Method*. Chicago: University of Chicago Press.
- Shapin, S. 2010. *Never pure: historical studies of science as it was produced by people with bodies, situated in time, space, culture, and society and struggling for credibility and authority*. Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press.
- Simons, H. W. 1980. "Are Scientists Rhetors in Disguise? An Analysis of Discursive Processes Within Scientific Communities". W: *Rhetoric in Transition: Studies in the Nature and Uses of Rhetoric*. Red. E. E. White. University Park: Pennsylvania State University Press. 115-131.
- Simons, H. W. (red.) 1989. *Rhetoric in the Human Science*. London: Sage.
- Simons, H. W. 1990. *The Rhetorical Turn: Invention and Persuasion in the Conduct of Inquiry*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sokal, A. i J. Bricmont (1997) 1998 *Modne bzdury. O nadużywaniu pojęć z zakresu nauk ścisłych przez postmodernistycznych intelektualistów*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Stewart, I. 2012. *Dlaczego prawda jest piękna. O symetrii w matematyce i fizyce*. Warszawa: Wydawnictwo Prószyński Media Sp. z o.o.
- Swales, J. M. 1993. *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Toulmin, S. E. 1958. *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Peer, W.; F. Hakemulder i S. Zyngier. 2012. *Scientific Methods for the Humanities*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.

- Wenger, E. 1998. *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identification*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Załęska, M. 2009. "Parodie dyskursu akademickiego". W: *Humor. Teorie, praktyka, zastosowania/Humour. Theories, Applications, Practices*. Vol. 1: *Zrozumieć humor*. Red. S. Dżereń-Głowacka i A. Kwiatkowska. Piotrków Trybunalski: Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie. 109-120.
- Załęska, M. 2012. "Terminologia retoryki". W: *Termin w językoznawstwie*. Red. D. Brzozowska i W. Chłopicki. Kraków: Tertium. 111-124.
- Załęska, M. 2014. *Retorica della linguistica. Scienza, struttura, scrittura*. Frankfurt a/M. etc.: Peter Lang.
- Ziomek, J. 2000. *Retoryka opisowa*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo.

Retoryka a pismo: specjalizacja myślenia

Urszula Zaliwska-Okrutna

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. Stwierdzenie Jana Niecisława Baudouina de Courtenay z 1915 roku o tym, że ludzie piśmienni różnią się psychicznie od ludzi niepiśmiennych, stanowi punkt wyjścia do rozważań na temat retoryki oralności i piśmienności, umieszczonych w kontekście synchronicznym i diachronicznym. W kontekście synchronicznym przywołana jest teoria psychologii języka Baudouina de Courtenay, w diachronicznym – prace Erica Havelocka, Waltera Onga i Paula Ricoeura. Stopień upiśmiennienia odniesiony jest do funkcjonowania w języku, specjalizacji myślenia o języku i zasobu wiedzy w ogóle, odzwierciedlonych w strukturze neuronalnej ludzkich umysłów. Prowadzone w ostatnich latach badania na temat retoryki oralności wtórnej i pisemnej, inaczej – post-oralności – nie pozwalają jednak jeszcze na wyciągnięcie wiążących wniosków co wpływu tych zjawisk na ludzką umysłowość.

Słowa kluczowe: retoryka, poznanie, umysł, myślenie, piśmienność, niepiśmienność, oralność, Baudouin de Courtenay, Ong, Havelock, Ricoeur

Rhetoric and literacy: specialisation of thinking

Abstract. The 1915 statement by Jan Niecisław Baudouin de Courtenay about the differences between the literate and the illiterate minds is explained in the context of research on the rhetoric of orality and literacy, both synchronically and diachronically oriented. The synchronic context is presented with reference to Baudouin de Courtenay's psychological theory of language, while diachronic findings are based on publications by Eric Havelock, Walter Ong and Paul Ricoeur.

It is recognized that the degree of literacy corresponds to how people function in language, to their attitude to language and to their knowledge in general. This in turn is reflected in the neural structure of human minds. The new developments in the area of rhetoric of orality and literacy, i.e. secondary orality and literate- or post-orality, are undergoing extended research, therefore the statements on their influence on human minds may be at present of merely speculative character.

Key words: *rhetoric, cognition, mind, thinking, literacy, illiteracy, orality, Baudouin de Courtenay, Ong, Havelock, Ricoeur*

1. Inspiracje

„W stosunku do języka, tj. do myślenia językowego i jego uzewewnętrzniania, psychika ludzi piśmiennych różni się od psychiki ludzi niepiśmiennych” pisał w 1915 roku największy polski językoznawca, Jan Niecisław Baudouin de Courtenay ([1915] 1984: 204). Kilkadziesiąt lat później na pytania o to „czy komunikacja oralna jest narzędziem oralnego stanu umysłu, typu świadomości zupełnie odmiennego od piśmiennego stanu umysłu” oraz „czy ludzie w przeszłości myśleli inaczej, niż my teraz i czy my myślimy inaczej niż będą myśleć nasi następcy w przyszłości” starał się odpowiedzieć jeden z najbardziej znanych badaczy oralności i piśmienności, antropolog Eric A. Havelock ([1986] 2006: 45 i 48).

Równolegle do badań nad oralnością i piśmiennością teorię traktującą język jako część ludzkiego systemu kognitywnego, konfigurowanego indywidualnie pod wpływem doświadczenia jednostki, rozwijał amerykański językoznawca Sydney M. Lamb (1999, 2004), a nieco później, od lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku, brytyjski językoznawca Roy Harris rozpoczął obalanie *mitu języka*, opartego na istnieniu wyidealizowanych społeczności językowych posługujących się tym samym systemem znaczeń, postulując integracjonizm, holistyczne badanie

ludzkiego zachowania, w tym *tożsamości glottycznej* (Harris 1996, 1998).

Z tej perspektywy badawczej, zakładającej indywidualny charakter języka i jego zależność od współdziałania wszystkich kognitywnych systemów jednostki oraz od jej, jednostki, współdziałania społecznego z innymi jednostkami, ewolucja ujmowania retoryki w zachodnim kręgu kulturowym – od sztuki wypowiedzania się, wysławiania i wymawiania, poprzez ogólną sztukę posługiwania się słowem w mowie lub piśmie, do sztuki obejmującej wysławianie się specjalistyczne – wydaje się dostarczać ciekawego materiału do rozważań na temat relacji między językowym, retorycznym, i umysłowym funkcjonowaniem ludzi zachodnich społeczeństw. Zebrany materiał wskazuje też jednoznacznie na prekursorstwo poglądów Baudouina de Courtenay w zakresie zależności umysłowo-językowych.

2. Eksplikacje

2. 1. Eksplikacja pierwsza – metodologiczna

W cytowanym powyżej materiale Baudouin de Courtenay wyjaśnia:

W stosunku do (...) dwóch rodzajów myślenia językowego i jego uzewnętrzniania, tj. w stosunku do języka wymawianiowo-słuchowego i do języka pisano-wzrokowego (do pisma), rozróżniamy dwa rodzaje społeczeństw: jednemu z nich właściwe jest jedynie tylko myślenie językowe wymawianiowo-słuchowe i jego uzewnętrznianie, drugi zaś rodzaj, obok myślenia językowego wymawianiowo-słuchowego i jego uzewnętrzniania, posiada także myślenie językowe pisano-wzrokowe i jego uzewnętrznianie. (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 141)

Jest to stwierdzenie intuicyjnie oczywiste, trudne jednakże do udokumentowania. Tak jak o języku dzieci możemy wypowiadać się tylko z perspektywy dorosłego, jak uczyć się języka ob-

cego traktujemy go przez pryzmat języka ojczystego, tak nasza piśmienność narzuca nam sposób myślenia o niepiśmienności – o niepiśmiennym postrzeganiu świata i funkcjonowaniu w nim. Przyjęcie poglądu, że w praktyce niemożliwe jest całkowite wczucie się w inny sposób myślenia, a jedynie filtrowanie go przez sposób sobie właściwy, skutkuje postrzeganiem sugestii Havelocka o docieraniu do *oralnego sposobu bycia* poprzez uświadamianie sobie, że relacje międzyludzkie w społecznościach niepiśmiennych opierają się na akustyce, wspomaganej wzrokową percepcją ruchów ciała, jako myśl tyleż słuszną co połowicznie skuteczną. Sam Havelock ([1986] 2006: 84-85) zresztą ostatecznie przyznaje, że dyskusja na temat piśmienności i niepiśmienności prowadzona jest przy pomocy wyrażań i metafor powstałych w *kulturze pisma*.

Wziąwszy to zastrzeżenie pod uwagę, można uznać, że pewną pomoc stanowią świadectwa antropologów i językoznawców spisujących języki istniejące w formie wymawianiowo-słuchowej, choć nawet najdociekliwsi z nich uznają fakt, że nie byli w stanie wczuć się w pełni w sposób myślenia społeczności niepiśmiennej, w wyobrażenia wymawianiowo-słuchowe jej przedstawicieli. Wypada tu przywołać choćby niektóre z prac Bronisława Malinowskiego (polegającego w większym stopniu niż inni, ze względu na kłopoty ze wzrokiem, na odbiorze słuchowym) i wyrażanych w nich wątpliwości co do właściwego rozumienia mieszkańców Wysp Triobrandu (Malinowski [1922] 2005). Można powołać się na prace Sydneya M. Lamba, który swój pierwszy model gramatyki stratyfikacyjnej opracował na podstawie badań języka monachi z rodziny uto-azteckiej, i na rozterki badacza związane z nieprzystawalnością struktury tego języka do znanych mu języków (Lamb 1966). Można też odnieść się do modelu języka Kennetha L. Pike'a, którego lata pracy misjonarskiej w Ameryce Południowej i poznawania

języków nieistniejących w formie pisanej zaowocowały opracowaniem modelu tagmemicznego języka, w którym podkreśla się prymarność kontekstowo określanych interakcji indywidualnych względem wyróżniania obiektów czy abstrakcji (Pike 1982).

W tym miejscu należy zaznaczyć, ponownie odwołując się do Baudoina de Courtenay, że skład społeczności, w których obok myślenia językowego wymawianiowo-słuchowego i jego uzewnętrzniania występuje myślenie językowe pisano-wzrokowe i jego uzewnętrznianie, nie jest oczywiście jednolity. Główne grupy tych społeczności stanowią:

1. indywidua jeszcze nie mówiące (niemowlęta);
2. indywidua już mówiące, ale jeszcze nie ani piszące, ani czytające (niepiśmienni, analfabeci);
3. indywidua nie tylko mówiące, ale także czytające i piszące (piśmienni). (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 141):

W społecznościach tego rodzaju znajdujemy również grupę ludzi podchodzących świadomie do swego myślenia językowego i analizujących to myślenie naukowo, czyli osobników, u których myślenie językowe wzbogacone jest o myślenie językoznawcze: „Przez przyłączenie do myślenia językowego także myślenia językoznawczego stosunek danego indywiduum do zjawisk językowych staje się zasadniczo różnym” (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 141).

Do dalszej części rozważań przechodzimy zatem uznawszy, że, po pierwsze, jednostki niepiśmienne myślą inaczej niż jednostki piśmienne; po drugie – analizujemy niepiśmienność przez pryzmat naszej piśmienności; i po trzecie – zakładamy, że badania społeczności niepiśmiennych badane przez pryzmat piśmienności i myślenia szczególnego, bo językoznawczego, mają, mimo ograniczeń metodologicznych, istotną wartość poznawczą.

2.2. Eksplikacja druga – synchroniczna

Wśród uwag na temat piśmienności i niepiśmienności, piśmienny i myślący językowo i językoznawczo Baudouin de Courtenay umieszcza następujące domniemanie:

Uzewewnętrzniając w świecie fizycznym swe wyobrażenia językowe, człowiek piśmienny widzi je przede wszystkim w formie graficznej, w postaci liter. Jak sobie obiektywizuje swe myślenie językowe człowiek niepiśmienny, my ludzie piśmienni, nie jesteśmy w stanie sobie wyobrazić; oczywiście za środek obiektywizacji służą mu dobrowolnie wywoływane obrazy halucynacyjne natury akustycznej. (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 204)

Domniemanie to zostaje następnie nieco uszczegółowione. Według Baudouina de Courtenay koncentracja na doznaniach akustycznych skutkuje u ludzi niepiśmiennych większą niż u piśmiennych zdolnością do zapamiętywania tego, co słyszą; ludzie piśmienni z kolei mają skłonność do tworzenia *mitów graficznych*, inaczej: *animizowania kształtów świata zewnętrznego*. U osób niepiśmiennych językowe *psychosocjalne życie jednostek* łączy się z istnieniem w *duszech* tych jednostek *fonem, kinem i akusm*, z *fonemą* definiowaną jako połączenie wyobrażeń prac wykonawczych organów mowy (*kinemy*) z wyobrażeniami związanych z tymi pracami odcieni akustycznych (*akusmy*; zob. Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 147-148). U osób piśmiennych powstaje dodatkowo wyobrażenie *grafemy*, czyli niepodzielnej litery. Pojawienie się wyobrażeń pisano-wzrokowych zwiększa u jednostek piśmiennych różnorodność skojarzeń między wyobrażeniami językowymi, jako że obok fonetyzacji pojawia się grafizacja:

Mamy więc tu nie tylko fonetyzację wyobrażeń morfologicznych, fonetyzację wyobrażeń semazjologicznych, morfologizację wyobrażeń fonetycznych, semazjologizację wyobrażeń fonetycznych [...], ale także fonetyzację wyobrażeń graficznych, grafizację wyobrażeń fonetycznych, grafizację wyobrażeń morfologicznych, grafizację wyobrażeń

semazjologicznych, morfologizację wyobrażeń graficznych, semazjologizację wyobrażeń graficznych. (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 206)

Ponadto, pomijając fakt, że: „Te same ze stanowiska psychicznego absolutnie jednakowe grafemy kojarzą się z fonemami o najrozmaitszej morfologizacji i semazjologizacji, o najrozmaitszej intensywności, o najrozmaitszym akcencie psychicznym” (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 211), istnieje ścisły związek między percepcją pisma a wyobrazeniami wymawianiowo-słuchowymi: wyobrażenia pisano-wzrokowe są związane z wyobrazeniami wymawianiowo-słuchowymi, a wyobrażenia wymawianiowo-słuchowe wywołują wyobrażenia pisano-wzrokowe, choć ta druga zależność ta jest *nieporównywalnie słabsza*. W interakcjach między użytkownikami danego języka wyróżnia Baudouin de Courtenay trzy aspekty tzw. indywidualnego procesu językowego:

1. cerebrację, czyli myślenie językowe indywidualne społecznie uruchomione,
2. fonację, czyli akcję fonetyczną, fonacyjną, wymawianiową,
3. audycję, czyli percepcję akustyczną, słuchową. (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 142)

Ich odpowiednikami w piśmie są:

1. cerebracja, czyli myślenie językowe społecznie uruchomione,
2. akcja graficzna,
3. percepcja optyczna. (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 142)

U ludzi piśmiennych konsekwencją *zdwojenia przebiegu prądów językowych*, jak nowatorsko zaznacza Baudouin de Courtenay, wykonawczych i odbiorczych, z wymawianiowo-słuchowych, czyli fonetyczno-akustycznych, na pisano-wzrokowe, czyli graficzno-optyczne, jest, przy tym samym natężeniu energii językowej, *osłabienie siły przebiegu po liniach już istniejących* (Baudouin de Courtenay [1915] 1984: 205). Wynika zatem

z powyższego, że różnice w sposobie myślenia ludzi piśmiennych i niepiśmiennych mają charakter zarówno ilościowy, jak i jakościowy, znajdujący odzwierciedlenie w funkcjonowaniu, które dziś określilibyśmy mianem neurologicznego lub neurokognitywnego. Można też wysnuć wniosek dalej idący, jakkolwiek wyrażnie nie zwerbalizowany przez Baudouina de Courtenay, że różnice ilościowe i jakościowe w sposobie myślenia będą występowały także między osobami piśmiennymi o językowym sposobie myślenia i osobami wykazującymi się myśleniem językoznawczym. Potwierdzenia tych wniosków, w ślad za sformułowaną w pierwszej części artykułu hipotezą o celowości odnoszenia wiedzy o językowym funkcjonowaniu człowieka do ewolucji badań retorycznych, będziemy szukać w materiałach traktujących zagadnienie oralności i piśmienności z perspektywy historycznej.

2.3. Eksplikacja trzecia – diachroniczna

Strategia odniesienia historycznego wydaje się być uzasadniona w świetle stwierdzenia Baudouina de Courtenay ([1922] 1984: 21), że „...jednostki powtarzają w skróceniu historię zarówno całej ludzkości, jako też pojedynczych narodów: z początku panował ogólny analfabetyzm, ustępujący stopniowo alfabetyzmowi coraz większej ilości jednostek”.

Różnica, która powinna być zaznaczona na wstępie rozważań odnoszących się do rozwoju jednostek w społeczeństwach piśmiennych, w kierunku od oralności do piśmienności, i do rozwoju społeczeństw, w tym samym kierunku, dotyczy znaczącej wszechobecności piśmienności, w postaci źródeł pisanych i jednostek piśmiennych, w tym pierwszym przypadku, i zaledwie postępującej w czasie obecności piśmienności obu rodzajów w przypadku drugim. Oznacza to, że w przypadku

rozwoju jednostek w społeczeństwie piśmiennym nie możemy mówić o występowaniu czystej postaci oralności nawet u jednostek niepiśmiennych.

Zainteresowanie oralnością i piśmiennością w odniesieniu do społeczeństw znacząco wzrosło w drugiej połowie minionego wieku. Niektórzy teoretycy oralności i piśmienności określają sposób myślenia występujący w społeczeństwach piśmiennych jako *myślenie tekstem* w odróżnieniu od charakteryzującego społeczeństwa oralne *myślenia mową* (Majewski 2006: 12), inni wyróżniają *linearną* świadomość epoki nowoczesnej, pochodną linearnych zasad typografii, i świadomość oralną, istniejącą w przeszłości i charakteryzującą się odmiennymi zasadami myślenia (Havelock [1986] 2006: 48).

Powstają tu pewne wątpliwości terminologiczne, wynikające z tego, że w rozumieniu wielu współczesnych teorii językoznawczych mowa jest tekstem i że linearność zakłada jednowymiarowość, czego z pewnością myśleniu przypisać nie można. Można natomiast przypuszczać, że chodzi o pewną, narzucaną przez piśmienność, *sekwencyjność*, w odróżnieniu od *asynchroniczności*, ale z dużą dozą niepewności co do praktycznej sprawdzalności tych stwierdzeń i odpowiedniości etykietek. Nazwy bowiem niejednokrotnie odnoszą się do jednego lub niewielu aspektów danego zjawiska.

I tak, na podstawie badań niepiśmiennych społeczności przeprowadzonych przez A. R. Lurię (1974/1976) w latach trzydziestych minionego wieku nasuwają się terminy myślenia *abstrakcyjnego* w opozycji do *konkretnego*. Niepiśmienni wieśniacy z Uzbekistanu i Kirgizji różnili się od osób piśmiennych pod względem myślenia kategorialnego, definiowania, samoświadomości, umiejętności dedukcji i logiki, odwoływania się do wyobraźni: inaczej grupowali przedmioty, własną tożsamość określali cytując opinie innych, a wnioski dotyczące hipote-

tycznych sytuacji, przedstawionych w postaci sylogizmów, wyciągali intuicyjnie, w nawiązaniu do własnego doświadczenia, a nie ogólnych reguł.

Pozostanie przy terminach ‘oralność’ i ‘piśmienność’ wydaje się więc usprawiedliwione, zważywszy dodatkowo argument Bartmińskiego ([1989] 2003) o *wielotreściowości* oralności, *ustności* w ujęciu autora; rozszerzywszy argumentację na pojęcie piśmienności, Bartmiński uznaje cechę dźwiękowości za wyróżnik klasyfikujący, traktując cechy pozostałe (dialogowość, teatralność, prozodyczność, sytuacyjność i cechy formalnojęzykowe) jako typologiczne.

Niepewność związana z klasyfikacją oralnego i piśmiennego sposobu myślenia ma też inny aspekt. Można się bowiem zastanawiać się na ile pismo alfabetyczne narzuca sposób postrzegania myślenia jednostek piśmiennych a na ile jest ono odzwierciedleniem sposobu myślenia tych jednostek, czyli: czy i jak inne rodzaje pisma, na przykład pismo ideograficzne, wpływają na sposób myślenia jednostek posługujących się nimi i na ile trafnie poszczególne rodzaje pisma odzwierciedlają myślenie. Według Havelocka ([1986] 2006: 108) żaden z systemów pisma poprzedzających pismo alfabetyczne nie osiągnął odpowiedniego stopnia *widzialności* i *jednoznaczności* języka, pozwalającego na zapisanie różnych odcieni emocji tak dokładnie jak pozwala alfabet, ale, jako że jest to opinia badacza z kręgu kulturowego pisma alfabetycznego, nie rozwiewa ona wątpliwości dotyczących zależności między rodzajem pisma a rodzajem myślenia i nie eliminuje możliwości modyfikacji ustaleń poczynionych na podstawie piśmienności alfabetycznej.

Poczyniwszy te zastrzeżenia, odniesiemy się do porównania stylu oralnego i stylu piśmiennego. Punkt wyjścia do omówienia stylu oralnego stanowi klasyfikacja Waltera J. Onga ([1982] 2003b), który podaje dziewięć zasadniczych cech tego stylu:

addytywność zamiast podrzędności; nagromadzenie zamiast analizy; redundancja, czyli obfitość; zachowawczość, czyli tradycjonalizm; blisko ludzkiego świata; zabarwienie agonistyczne; empatia i zaangażowanie; homeostaza; sytuacja zamiast abstrakcji. Cechy te omówione zostaną pod nieco zmienionymi i uproszczonymi etykietkami, a mianowicie: addytywność, formuliczność, redundancja, tradycjonalizm, realizm, agonistyka, empatia, homeostaza i funkcjonalizm.

Addytywność tekstów oralnych przejawia się w stosowaniu składni parataktycznej – użyciu zdań prostych połączonych spójnikiem *i*, odzwierciedlających bezpośrednie następstwo i dynamizm akcji. Jako typowy tekst ilustrujący tę cechę Ong wymienia *Biblię*, przytaczając fragment „Księgi Rodzaju”:

Na początku Bóg stworzył niebo i ziemię. I ziemia była pusta i niezamieszkała, i ciemność była nad głębiną, i duch Boży unosił się nad wodami. I rzekł Bóg „Niech się stanie światło”. I stało się światło. I widział Bóg, że światło było dobre; i oddzielił światło od ciemności. I nazwał światło dniem, a ciemność Nocą; i nastał wieczór i poranek pierwszego dnia. (Ong [1982] 2003b: 194)

Formuliczność oznacza konsekwentne stosowanie i utrwalanie pewnych struktur, należących do grupy frazeologizmów luźnych lub łączliwych, w celu ułatwienia przekazania społecznie pożądanych treści. Przykłady Onga dotyczą różnych systemów ideologicznych i obejmują, między innymi: *chytrego Odysa*, *piękną księżniczkę* i *Wielką Rewolucję Październikową*.

Inną funkcję pełni redundancja, która sprzyja nie tyle zapamiętywaniu, co rozumieniu treści pojawiających się w ustnym przekazie. Redundancja realizowana jest przy pomocy powtórzeń treści, tymi samymi lub innymi słowami, a także przy pomocy użycia pewnych konstrukcji w rodzaju *nie tylko, lecz także*, sygnalizujących dalszy ciąg wypowiedzi.

Redundancja, podobnie jak addytywność i formuliczność realizowane są w ramach starej struktury poznawczej, *noetycznej* w ujęciu Onga, do przekazania treści zmodyfikowanych zależnie od sytuacji. W ramach znanej struktury wprowadzane są do opowieści, mitów, czy mów pochwalnych, elementy nowe i aktualne.

Pozostałe cechy odnoszą się w znaczniejszym stopniu do charakteru niż do formy przekazu oralnego. Narracja z reguły dotyczy ludzkich działań, nie reguł, statystyk czy uogólnień tych działań, a jej realizm przejawia się w przedstawianiu różnego rodzaju informacji jako relacji powiązań między konkretnymi osobami, nauczaniu fachu przez praktyczne terminowanie a nie udzielanie instrukcji werbalnych, przekazywaniu jakichkolwiek instrukcji jako opowieści. Wystąpienia słowne są silnie nacechowane agonistycznie, wskutek silnego związku oralnie przekazywanej wiedzy z ludzkimi zmaganiem, i przyjmują formę docinków, przezywania się, słownego poniżania przeciwnika z jednej strony, z drugiej zaś – przesadnych pochwał i przechwałek, polaryzując świat oralny na dobry i zły. Polaryzacja jednak nie eliminuje empatii, idzie w parze z utożsamianiem się z obiektem poznania, któremu sprzyja funkcjonowanie społeczeństw oralnych charakteryzowane jako *tu i teraz*. Homeostaza, czyli równowaga, zachowywana jest przez eliminację z pamięci tego, co dla terażniejszości nieistotne. Ong wspomina tu dostosowywanie genealogii ludu Tiv z Nigerii do zmieniających się stosunków społecznych, dostosowanie mitów w plemieniu Gonja w Ghanie do zmienionych stosunków politycznych i ogólną tendencję do usuwania niewygodnych fragmentów z historii danego społeczeństwa. Wszelkie użycie pojęć jest przy tym sytuacyjnie i funkcjonalnie nacechowane.

Skuteczność komunikacji oralnej, narzucającej konieczność zapamiętywania znacznych porcji przekazu w celu zachowania

dorobku kulturowego i utrwalenia zasad zapewniających organizację i przetrwanie społeczeństwa, wspomagana była użyciem pewnych zabiegów mnemotechnicznych, często mających wymiar estetyczny. Sprzyjające warunki stwarzało zbiorowe przeżywanie uroczystości – uczestniczenie w wykonaniu i odtwarzaniu w czasie różnego rodzaju spektakli i zgromadzeń. Goody i Watt ([1963] 2007) oraz Havelock ([1986] 2006) zwracają uwagę na stosowanie sformalizowanych powtórzeń, dobieranych według usankcjonowanego porządku i łączonych z mową rytmiczną, współdziałaniem poezji i muzyki, śpiewu i tańca. Oralna kompozycja wypowiedzi miała często charakter werbotorczny, przejawiający się w skoordynowaniu rytmu mowy z ruchami ciała. Havelock ([1986] 2006) dodatkowo podkreśla znaczenie rytmu akustycznego w stymulacji ośrodkowego układu nerwowego, prowadzące do wykształcenia się rytmu semantycznego. Rytm semantyczny widoczny jest w symetryczności i paralelizmie motywów, idei i zwrotów w rodzaju *z jednej strony... z drugiej strony...*

Konieczność zapamiętywania zmniejszała się wraz z upowszechnianiem pisma, sprzyjając wykształcaniu się stylu piśmiennego. Cechy stylu piśmiennego, w opozycji do cech stylu oralnego wymienionych powyżej (addytywności, formuliczności, redundancji, tradycjonalizmu, realizmu, agonistyki, empatii, homeostazy i funkcjonalizmu), można ująć w postaci zbioru zawierającego: złożoność współ- i podrzędną, kreatywność, ścisłość, innowacyjność, abstrakcję, kooperację, indywidualizm, obiektywizm i normatywizm.

Pismo umożliwiło stosowanie i odczytywanie skomplikowanych struktur językowych, ich wielokrotne analizowanie i wprowadzanie zmian. Do źródeł pisanych zostało w znacznej mierze relegowane przekazywanie wierzeń i obyczajów, uwalniając umysł od konieczności operowania utartymi zwrotami,

pozwalając na większą dozę improwizacji i mniejszą redundancję. Tekst pisany pozwolił na powtórne odczytywanie przekazu, nie będąc ograniczany, jak oralny, wielkością audytorium, dla którego był przeznaczony i siłą głosu mówcy. Zanik konieczności stosowania noetycznej struktury formuł i epizodów sprzyjał innowacjom i odebrał znaczenie „postaci mądrego starca, strażnika przeszłości, na rzecz młodego odkrywcy rzeczy nowych” (Ong [1982] 2003b: 197). Obecność teraźniejsza została wzbogacona o obecność ponadczasową, co zostało odzwierciedlone w zmianie użycia czasu teraźniejszego, oznaczającego już nie tylko *tu i teraz* ale i odnoszącego się do *zawsze i wszędzie*, stanowiąc podstawę wszelkiego rodzaju uogólnień, teorii i norm. Konsekwencją utrwalania przeszłości i norm na piśmie była ich mniejsza podatność na zmiany dyktowane potrzebą zmieniających się warunków, znaczniejszy – a zatem ponadczasowy – obiektywizm, nie zaś obiektywizm jako wyraz pożądanых reakcji społecznych. Pismo wreszcie, oddzielając poznającego od poznawanego, zwolniło autora ze wspólnotowego utożsamiania się z poznawanym i pozwoliło z jednej strony na zdystansowanie się w stosunku do poznawanego a z drugiej – na subiektywizację opisu (Ong [1982] 2003b).

Havelock ([1986] 2006) rozwija aspekt oddzielenia języka od użytkownika i pisze, że pismo, przez swą wizualność, pozwoliło na *uwolnienie języka i umysłu*, a tym samym na przekształcanie słów, refleksję na temat języka, a w konsekwencji – oddzielenie wiedzy o wiedzy od depozytariuszy wiedzy, umożliwiając pojawienie się zdań ze słowem *jest* w przeciwieństwie do *działa, robi, czyni* i tworzenie terminologii związanej pojęciami abstrakcyjnymi i z jaźnią indywidualną:

Dopiero w spisanych pismem alfabetycznym dokumentach medium językowe zyskało status obiektywny, przedmiotowy. Język, doskonale i w pełni zreprodukowany w tym piśmie, przestał być częścią mówiącego

‘ja’ i uzyskał niezależne istnienie. [...] *Sprawiedliwość* przestała być, jak u Hezjoda, głosem, który mówi; biegnącym zawodnikiem; prezydentem, który komuś dajesz... (Havelock [1986] 2006: 128)

Innego rodzaju klasyfikację różnic między oralnością i piśmiennością przedstawia Paul Ricoeur ([1976] 2003), ujmując je w kategoriach relacji między przekazem a medium, przekazem a mówiącym, przekazem a słuchaczem, przekazem a kodem i przekazem a referencją. Klasyfikacja ta pozwala autorowi uwypuklić autonomię tekstu pisanego, uniwersalizację jego odbiorcy i otwartość referencji.

Uwzględniając fakt, że każda klasyfikacja zależy od perspektywy przyjętej przez badacza, należy jednocześnie zaznaczyć, że zbiory cech przedstawione w ślad za Ongiem odnoszą się do przedmiotu badania na różnych poziomach analitycznych i są inaczej zaangażowane w systemowo-realizacyjny wymiar użycia języka. Utożsamianie się z przedmiotem poznania i dążenie do homeostazy społeczeństw oralnych to cechy uwzględniające kognitywny aspekt ludzkiego funkcjonowania i w pewnym sensie nadrzędne w stosunku do cech realizmu i funkcjonalizmu, czyli odnoszenia wiedzy do praktyki życia codziennego oraz sytuacyjnego osadzenia przekazu. Cechy adytywności i formuliczności objaśniają oralność na poziomie leksykalno-syntaktycznym, podczas gdy stosowanie struktury noetycznej i, nieco mniej wyraziście, redundancja dotyczą kompozycji wypowiedzi. Riceur, bardziej konsekwentny w doborze kryteriów klasyfikacyjnych, przedstawia różnice między oralnością i piśmiennością z perspektywy piśmienności językoznawczej, w rozumieniu Baudouina de Courtenay, nie tylko językowej. Jakkolwiek służące różnym celom, przedstawione zbiory cech wyraźnie wskazują na różnice między myśleniem i retoryką charakterystycznymi dla oralności i myśleniem i retoryką charakteryzującymi piśmienność, językową i językowo-

językoznawczą. Posłużą one za punkt wyjścia do uwypuklenia zmian w sposobie wypowiadania się i myślenia postępujących wraz z *upiśmiennieniem* jednostek oraz do paru uwag na temat *wtórnej oralności* i *post-oralności*.

3. Implikacje

Upiśmiennienie jednostek zaznacza się w użyciu języka, na różnych poziomach, i w sposobie myślenia: w języku, o języku i o jednostkach posługujących się językiem. Ogólnie rzecz biorąc, stopień upiśmiennienia powinien być widoczny w poprawności retorycznej danej osoby, zarówno w mowie jak i w piśmie: teoretycznie bowiem pismo, druk, dostępność różnego rodzaju słowników i encyklopedii, sprzyja utrwalaniu wzorców wymawianiowo-słuchowych i pisano-wzrokowych. Praktycznie, wpływ alfabetyzmu na język wymawianiowo-słuchowy, jak zauważył Baudouin de Courtenay ([1915] 1984), może skutkować *pomieszaniem* liter z głoskami, grafem z fonemami, czy wyobrażeń pisano-wzrokowych z wyobrażeniami wymawianiowo-słuchowymi, na przykład w kategoryzacji przez rodzimych, piśmiennych, użytkowników języka polskiego *i* i *y*, czy *h* i *ch*, oraz w hiperpoprawności – na przykład w wymawianiu [dębu], [ręka] zamiast [dembu], [renka].

Na innych poziomach języka – morfologicznym, syntaktycznym i semantycznym – prawdopodobieństwo *pomieszania* może dotyczyć stylów, nie tylko w ramach tradycyjnego rozróżnienia stylu wysokiego i niskiego, ale funkcjonalnego podziału na styl potoczny, profesjonalny, naukowy i poetycki. Pomieszanie to może również, odzwierciedlając upowszechnianie się wiedzy, oznaczać *intertekstowość*, inaczej – *intertekstualność*, czyli reprezentację w danym tekście elementów innych tekstów.

Uwzględnianie stopnia piśmienności może okazać się przydatne w objaśnianiu cech retoryki jednostek przypisywanych pojedynczym parametrom jak płeć czy wiek. W jednej z ważniejszych prac Otto Jespersena (1922) znajduje się fragment poświęcony językowi mężczyzn i kobiet, a w nim stwierdzenie, że długie konstrukcje wypowiedziane przez mężczyzn mają charakter hipotaktyczny, przez kobiety zaś – parataktyczny. Otto Jespersen zaznacza też, że waga przedstawianych treści sygnalizowana jest przez mężczyzn gramatycznie, przez kobiety zaś – akcentowo-intonacyjnie. Wziąwszy pod uwagę fakt, że obserwacje te poczynione zostały w czasach, kiedy procent piśmiennych mężczyzn był znacznie wyższy niż procent piśmiennych kobiet, wydaje się, że bardziej *oralny* sposób wypowiadania się kobiet powinien być odniesiony nie tylko do parametru płci. Ogólnie, wyodrębnianie jakiegokolwiek parametru może dla pewnych celów badawczych wydawać się zasadne, dla innych zaś – mało miarodajne. Takie właśnie okazały się w badaniu analizującym korelację między wiekiem a wymową samogłosek na gruncie amerykańskim (Bowie 2011) opisanym w tomie poświęconym wiekowi w języku (Duszak i Okulska 2011). Z drugiej strony, niektóre badania z założenia obejmują grupy osób wykształconych, o znacznym upiśmiennieniu, jak badanie dotyczące dyskursywnej konstrukcji starości, co podważa reprezentatywność wniosków dla całości danej populacji (Kielkiewicz-Janowiak 2011).

Język, pod wpływem pisma, przestaje być utożsamiany z jednostką i traktowany jako część jednostki czy rodzaj działania (cf. Malinowski [1923] 2000; Havelock [1986] 2006). Pozwala to na indywidualizację doświadczenia z jednej strony, z drugiej – na uabstrakcyjnienie myślenia i traktowanie języka jako przedmiotu badań. Naturalną konsekwencją wydaje się też traktowania języka jako narzędzia badawczego.

Pismo nadaje, lub powinno nadawać, rygor i ład – w języku i w myśleniu – ale tylko do pewnego stopnia, gdyż język, przytaczając Sándora Máraia (2010: 221-222) „[...] jest nie tylko środkiem porozumiewania się, lecz również tajemnym szyfrem życia, oprócz reguł potrzebuje również pewnej nieregularności, jakiegoś nieuporządkowania”.

Pismo zmienia sposób myślenia. Dominacja słyszenia zostaje zastąpiona dominacją widzenia. Jak podkreśla Ong, nowoczesna nauka jest jedną z konsekwencji nowego, dokładnie powtarzalnego przedstawienia wizualnego – połączenia precyzyjnej obserwacji, precyzyjnej werbalizacji i precyzyjnego przedstawienia graficznego:

Werbalizacja oralna i z oralnym *residuum* zwraca uwagę na zdarzenia, a nie na wizualny wygląd przedmiotów, scen lub osób. (...) dzisiaj trudno wyobrazić sobie dawne kultury, gdzie stosunkowo nieliczne osoby widziały kiedykolwiek fizycznie dokładny obraz czegokolwiek. (Ong [1998] 2003b: 504)

Powstaje pytanie, jak zmiana sposobu myślenia zostaje odzwierciedlona neuronalnie. W myśl zasady bliskości struktur neuronalnych o pokrewnych funkcjach, przedstawionej przez Lamba (1993), struktury odpowiedzialne za rozpoznawanie fonologiczne powinny być usytuowane blisko uszu, struktury odpowiedzialne za artykulację – blisko innych struktur zawierających mięśniami ust i ich okolic, struktury rozpoznawania jednostek leksykalnych – w pobliżu struktur rozpoznawania fonologicznego itd. W szczegółowej analizie bierze się oczywiście pod uwagę również lateralizację półkul i ręczność użytkowników języka – u osób praworęcznych struktury w lewej półkuli odpowiadają za przetwarzanie informacji językowych, struktury w prawej półkuli – za informacje paralingwistyczne, jak przykładowo intonacja. Wyjątek od zasady bliskości struktur funkcjonalnie pokrewnych stanowią struktury systemu

wizualnego zlokalizowane daleko od oczu. Objasnienie tego wyjątku może być dwojaki: struktury odpowiedzialne za widzenie w korze mózgowej zmieniły miejsce wskutek ewolucji (cf. Peter Reich w: Lamb 1993) bądź też wręcz przeciwnie – doświadczenie systemu nie jest wystarczające, aby spowodować zmianę lokalizacji.

Ważnym społecznie skutkiem upiśmiennienia jest pojawienie się prawa własności autorskiej i odpowiedzialność za słowa. Kierowanie się konfiguracją charakterystyczną dla pisma może przekładać się na postrzeganie rzeczywistości z językiem bezpośrednio nie związanej. Marshall McLuhan w swej *Galaktyce Gutenberga* umieszcza ciekawe, choć trudno weryfikowalne, stwierdzenie o nasyceniu wykształconych ludzi Zachodu *linearnymi* wzorcami kultury druku i ich trudnościach „...z opanowaniem awizualnej matematyki i fizyki współczesnej. Pod tym względem ludzie z krajów ‘zacofanych’ o kulturze słuchowo-dotykowej, mają (...) wielką przewagę” (McLuhan [1962] 2003: 509).

W ostatnich latach zainteresowanie badaczy budzą również zagadnienia *oralności wtórnej* i *oralności pisanej* lub *post-oralności*. Wykształcanie się oralności wtórnej przypisywane jest wzrostowi znaczenia komunikacji ustnej w postaci radia i telewizji (Ong 1978/2009), jak również telefonu, dawniej wideokaset, obecnie materiałów zamieszczanych w internecie, zamiast – jak pisze Bartmiński ([1989] 2003) – listu i książki. Oralność wtórna zachowuje podstawową cechę oralności, czyli dźwiękowość, i niektóre inne z cech charakterystycznych dla oralności pierwotnej, w formie nieco zmodyfikowanej, jak skupianie się na teraźniejszości czy stwarzanie pozorów bezpośredniości, uczestnictwa w relacjonowanych wydarzeniach. Oralność pisana, inaczej – post-oralność – będąca wynikiem ukomputerowania komunikacji, pozbawiona jest cechy dźwięczności, ale takie

cechy jak realizm czy formuliczność, werbalna bądź ikoniczna, pojawiają się zbyt często, aby można je było zignorować. Z pewnością jednak nie można tych zjawisk charakteryzować jednoznacznie.

Mamy w oralności pisanej do czynienia z eliminacją bezpośredniego kontaktu, autonomią tekstu i uniwersalizacją odbioru, ale tylko w niektórych jej formach. W innych komunikacja pisana ma formę dialogu i możliwość interpretacji odmiennych od intencji autora, co może być przez tegoż autora korygowane. Obserwacje i analizy trwają. Być może jest to etap, którego charakterystyka najbliższa jest temu, co wyznał Miron Białoszewski w *Mówieniu o pisaniu* wierszy:

Wiersze moje od paru lat powstają z rzeczywistości, nie z wymysłu, tylko z dziania się. Dążę do tego, żeby to, co pisane, było zapisaniem mówionego. I żeby pisanie nie zjadło mówienia. To, co jest warte z języka mówionego, to się zapisuje. A to z napisanego – jest potem mówione na głos. Jak wiersze. I tak te dwa języki nawzajem się popierają. (Białoszewski [1978] 2003: 438)

Wzajemne przenikanie się retoryki mowy i pisma nie może pozostać bez znaczenia dla sposobu myślenia. Wnioskowanie o skutkach tego procesu, przy całej jego intensywności, może mieć jednak na tym etapie rozwoju charakter zaledwie hipotetyczny.

Bibliografia

- Bartmiński, J. (1989) 2003. „Opozycja ustności i literackości”.
W: *Antropologia słowa*. Red. G. Godlewski. Warszawa:
Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 430-434.

- Baudouin de Courtenay, J. N. (1915) 1984. „Charakterystyka psychologiczna języka polskiego”. W: J. N. Baudouin de Courtenay *O języku polskim (wybór prac pod red. Jana Basary i Mieczysława Szymczaka)*. Warszawa: PWN. 139-225.
- Baudouin de Courtenay, J. N. (1922) 1984. „Zarys historii języka polskiego”. W: J. N. Baudouin de Courtenay *O języku polskim (wybór prac pod red. Jana Basary i Mieczysława Szymczaka)*. Warszawa: PWN. 19-138.
- Białoszewski, M. (1978) 2003. „Mówienie o pisaniu”. W: *Antropologia słowa*. Red. G. Godlewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 435-439.
- Bowie, D. 2011. „Aging and sociolinguistic variation”. W: *Language, Culture and Dynamics of Age*. Red. A. Duszak i U. Okulska. Berlin/New York: De Gruyter Mouton. 29-51.
- Goody, J. i I. Watt (1963) 2007. „Następstwa piśmienności”. Przekł. J. Jaworska. W: *Almanach antropologiczny II: Oralność/piśmienność*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 33-73.
- Harris, R. 1996. *Signs, Language, and Communication*. London: Routledge.
- Harris, R. 1998. *Introduction to Integrational Linguistics*. Oxford: Pergamon Press.
- Havelock, E. A. (1986) 2006. *Muza uczy się pisać. Rozważania o oralności i piśmienności w kulturze Zachodu*. Przekł. Paweł Majewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jespersen, O. 1922. *Language. Its Nature, Development and Origin*. London: George Allen & Unwin Ltd.

- Kiełkiewicz-Janowiak, A. 2011. "Discursive construction of (elderly) age-identity in Poland". W: *Language, Culture and Dynamics of Age*. Red. A. Duszak i U. Okulska. Berlin/New York: De Gruyter Mouton. 253-272.
- Lamb, S. M. 1966. *Outline of Stratificational Grammar*. Washington: Georgetown University Press.
- Lamb, S. M. 1993. „Network Linguistics Meets Neural Science”. *Lacus Forum* XX. 151-178.
- Lamb, S. M. 1999. *Pathways of the Brain*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- Language and Reality. Selected writings of Sydney Lamb*, 2004. Red. J. J. Webster, London & New York: Continuum.
- Language, Culture and Dynamics of Age*, 2011. Red. A. Duszak, U. Okulska. Berlin/New York: De Gruyter Mouton.
- Luria, A. R. 1976. *Cognitive Development. Its Cultural and Social Foundations*. Przekł. M. Lopez-Morillas i L. Solotaroff. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Majewski, P. 2006. „Głos i tekst. Korzenie kultury europejskiej według Erica A. Havelocka”. W: E. A. Havelock *Muza uczy się pisać. Rozważania o oralności i piśmienności w kulturze Zachodu*. Przekł. P. Majewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 9-19.
- Márai, S. 2010. *Zazdrośni*. Przekł. T. Worowska. Warszawa: Czytelnik.
- Malinowski, B. (1922) 2005. *Argonauci zachodniego Pacyfiku*. Przekł. B. Olszewska-Dyoniziak i S. Szykiewicz. Warszawa: PWN.
- Malinowski, B. (1923) 2000. „Problem znaczenia w językach pierwotnych”. Przekł. T. Szczerbowski. W: *Językoznawstwo Bronisława Malinowskiego*. Red. K. Pisarkowa, t. II. Kraków: Universitas. 5-48.

- McLuhan, M. (1962) 2003. „Galaktyka Gutenberga”. Przekł. K. Jakubowicz. W: *Antropologia słowa*. Red. G. Godlewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 509-517.
- Ong, W. J. (1978) 2009. „Piśmienność i oralność w naszej epoce”. Przekł. J. Japola. W: W. J. Ong *Osoba, świadomość, komunikacja. Antologia*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 237-255.
- Ong, W. J. (1982) 2003a. „Druk, przestrzeń i zamknięcie”. Przekł. J. Japola. W: *Antropologia słowa*. Red. G. Godlewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 499-508.
- Ong, W. J. (1982) 2003b. „Psychodynamika oralności”. Przekł. J. Japola. W: *Antropologia słowa*. Red. G. Godlewski. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 191-202.
- Pike, K. 1982. *Linguistic Concepts*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- Pisarkowa, K. 2000. *Językoznawstwo Bronisława Malinowskiego*. Kraków: Universitas.
- Ricoeur, P. (1976) 2003. „Mowa i pismo”. Przekł. K. Rosner. W: *Osoba, świadomość komunikacja. Antologia słowa*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. 423-429.

Retoryka i medycyna: wizerunek kobiety w traktatach medycznych na dawnym Śląsku

Beata Gaj

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa

Streszczenie. Artykuł porusza kwestie skuteczności przekazu w tekstach naukowych – osiąganey dzięki tzw. „przyczepnym koncepcjom” – na przykładzie traktatów medycznych na dawnym Śląsku. We współczesnych poradach dotyczących pisania tekstów, dobrze skonstruowane wypowiedzi (także naukowe) powinny być: proste, nieoczekiwane, konkretne, wiarygodne, emocjonalne oraz anegdotyczne. Bardzo podobne podejście można napotkać w XVI-XVII-wiecznych neolacińskich śląskich traktatach medycznych. Cenieni lekarze i humaniści starośląscy, jak Laurentiusa Scholtz von Rosenau, Johann Crato von Krafftheim i Daniel Bucretius, osiągnęli retoryczną skuteczność swoich traktatów, wykorzystując właśnie takie środki jak ukonkretnienie, emocjonalność poprzez odwołania do jednostkowych przykładów oraz stosowana z umiarem anegdota.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza specjalistyczna, traktaty medyczne, przyczepne koncepcje, konkretność, emocjonalność, anegdota, Śląsk, łacina

Rhetoric and medicine: The image of woman in medical treatises in the Old Silesia

Abstract. The paper discusses the question of effectiveness in scientific texts, achieved through the so-called sticky concepts. According to handbooks of modern writing, well-written texts (including scientific

ones) are expected to be: simple, surprising, concrete, trustworthy, emotional and enriched with anecdotes. Such a way of writing is actually encountered in the new-Latin medical treatises written in Silesia in the 16th and 17th centuries. Famous Old Silesia physicians and humanists, like Laurentius Scholtz von Rosenau, Johannes Crato von Krafftheim and Daniel Bucretius, reached rhetorical effectiveness of their medical treatises by privileging such means as concreteness, emotionality stimulated by individual examples, and a modest use of anecdotes.

Key words: rhetoric, specialised knowledge, medical treatises, sticky concepts, concreteness, emotionality, anecdotes, woman, Silesia, Latin

1. Wprowadzenie

W roku 2007 podczas konferencji, poszukującej związków pomiędzy retoryką i nauką, upomniałam się o dostrzeżenie i docenienie Ślązaków-naukowców z XVII, którzy nie rezygnowali z retorycznej zasady *delectare* i innych humanistycznych wartości, a dla uzyskania pełni swych wypowiedzi i jak najtrwalszego efektu perswazyjnego łączyli elementy filozoficzno-poznawcze z estetycznymi (Gaj 2007: 54). Postawę naukowców nierezygnujących z retoryki, później jednak często oceniano negatywnie, z ironią, jako „jeszcze nie w pełni naukową”.

Tymczasem współcześnie w wielu dziedzinach nauki, zwłaszcza tych, które stworzyły własny, często niezrozumiały nawet dla fachowców i pełen skrót slang, powraca się do retorycznych sposobów jak *imagines agentes* czy żart („samolubne DNA”, „plemnik kamikadze” itd. zob. Dunbar 1996). Warto także zwrócić uwagę, że Robin Dunbar, zwolennik odkodowania niezrozumiałych języków specjalistycznych i autor słynnych *Kłopotów z nauką*, uzależnił komunikatywność tekstu od obecności w nim „więzów towarzyskich”. Według jego opinii, *homo-animal sociale* z trudem interesuje się czymś, co nie dotyczy więzi społecznych, co jest abstrakcyjne. Jako dowód

przycacza m. in. przewagę wydawniczą beletrystyki nad dziełami naukowymi.

2. Idea „przyczepnych koncepcji”

Aby odbiorcę zainteresować abstrakcją, trzeba zawrzeć w niej, „przyczepić” do niej, elementy odbiorcy bliskie. Heath i Heath (2009: 24 i 280), autorzy „Sztuki skutecznego przekazu, czyli przyczepnych koncepcji”, wymieniają sześć warunków, które pozwolą pokonać tzw. „Przekleństwo Wiedzy” – nieodłączny wiedzy specjalistycznej stan, w którym specjalista zapomina, jak to jest tej wiedzy nie posiadać lub być w trakcie jej zdobywania.

Zasady te oczywiście nie są nowe, ale można przypisać im pewne nowatorstwo w wykorzystaniu starych retorycznych sposobów. „Postaraj się, aby przekaz był prosty i jasny” (*claritas*), „Nadaj wypowiedzi nieoczekiwany charakter” (*imagines agentes*), „Bądź konkretny” (jednoznaczna formuła *propositio*), „Bądź wiarygodny” (*genus admirabile*), „Odwołuj się do uczuć” (perswazja emocjonalna: *movere*), „Przycaczaj anegdoty” (*diégema-narratio*).

Proste, nieoczekiwane, konkretne, wiarygodne, emocjonalne (zwłaszcza odwołujące się do jednostki, tzw. pojedynczy przypadek) oraz wzbogacone w anegdotę – te zasady, zdaniem współczesnych socjologów i lingwistów, decydują o „przyczepności koncepcji”, czyli o skuteczności perswazji retorycznej.

3. Realizacja „przyczepnych koncepcji” w dawnych śląskich traktatach medycznych

Bardzo podobne podejście można napotkać w starych śląskich traktatach medycznych spisanych w języku łacińskim. Warto

jednak zastanowić się, czy kolejność owych zasad była taka sama, a przynajmniej zbliżona do współcześnie proponowanych naukowcom i biznesmenom.

Poważne i naukowe traktowanie cielesności człowieka miało swój początek w renesansowym zainteresowaniu ciałem. Laurentius Scholtz von Rosenau (1552-1599), ceniony śląski lekarz, założyciel wspaniałego ogrodu, słynniejszego wówczas w świecie bardziej niż sam Wrocław, skupiał wokół siebie środowisko lekarzy-humanistów i dlatego w 1611 roku został wydawcą porad lekarskich Cratona von Krafftheim, wśród których znajdują się także porady-listy dla kobiet.

Johann Crato von Krafftheim (*Johannes Crato*, 1519-1585), który pochodził również z Wrocławia, był nadwornym medykiem trzech cesarzy z rodu Habsburgów: Ferdynanda I, Maksymiliana II i Rudolfa II. Jego listy prywatno-medyczne – *epistulae medicinales* (Crato von Krafftheim 1611) – są przykładem ciekawego zastosowania zasady wiarygodności w tekście naukowym, a przy okazji dowodem na to, że kobiety (oczywiście z odpowiedniej sfery) leczono wówczas z tą samą starannością co mężczyźni.

Listy od 73 do 77 skierowane były do pewnej królowej (*serenissima quadam regina*), kolejne (od 78 do 80) w tytule zamiast adresatki mają jednostkę chorobową, której dotyczą (*in anhelitus difficultate, capitis destilatione et raucedine*), dwa następne (81 i 82) to listy bez adresatki, ale omawiające tzw. choroby kobiece, zaś adresatkami listów o numerach 84 i 87 są bezimienna księżna i pewna szlachcianka (*comitissa, nobilis femina*). Ogółem listy od numeru 73 do 105 dotyczą kobiet, są więc zgrupowane razem, a co drugi lub trzeci list adresowany jest do konkretnej osoby, choć nieznaney z imienia.

Anonimowość lekarza wobec pacjentek przyjmuje się dzisiaj jako oczywistość, ale warto zestawić te listy z opublikowa-

ną wiek później historią choroby (podagry) biskupa śląskiego (Hahn 1751), gdzie opis bardzo drastycznych objawów przeplatany jest harmonogramem wizyt duszpasterskich biskupa oraz trudów walki z chorobą wśród jego zajęć codziennych (Gaj 2008: 66-67). A wszystko to z podaniem danych personalnych biskupa i jego otoczenia.

Dla Cratona, skupionego przede wszystkim na wyjaśnieniu przyczyn choroby i wykorzystaniu konkretnego *exemplum*, autorytetem jest Galen i do niego odwołuje się we wszystkich wątpliwych przypadkach. Nie decyduje się jednak na tak szczegółowe podanie personaliów jak Johannes de Hahn w „Historii podagry”, wybiera więc pewien kompromis, być może motywowany płcią badanych. Stosuje także bardzo różne sposoby porady lekarskiej (retoryczna zasada *varietas* zastosowana w tekście medycznym). Obok konwencji listu zamieszcza również porady ogólne, ale, podobnie jak w listach, w oparciu o jednostkową historię choroby.

Na przykład porada z listu 81 (*in raucedine a catarro pro quadam nobili matrona*) jest mini-wykładem na temat różnych rodzajów bólu oraz lekarstw, jakie należy zastosować (*bolus, digestivum, rotula, pilulae, eclegma*), a wypunktowana całość przypomina nieco skrótową wersję recepty. Z kolei następna porada stanowi już rozbudowany list z uprzejmymi zwrotami i oratorskim prawie zakończeniem.

Na podstawie listów Cratona można by pokusić się o stworzenie obrazu „medycznego” środkowoeuropejskiej kobiety (na ogół dobrze sytuowanej) przełomu XVI i XVII wieku i szukającej porady medycznej: ma około czterdziestu lat oraz długotrwały katar, który spowodował chorobę płuc, kaszel itd. Na tym jednak podobieństwa się kończą.

Każdy przykład jest jednostkowy, odwołuje się do konkretnej osoby, być może nawet pozwala się domyślać jej perso-

naliów, a tym samym budzi zainteresowanie. Staje się „przyczepną koncepcją” i z pewnością wzbudziłyby uznanie autorów wspomnianej wyżej *Sztuki skutecznego przekazu* właśnie dzięki technice zwanej dziś „zasadą Matki Teresy”, dającej prymat jednostkowemu przed ogólnym.

Sam Scholtz również pisał porady medyczne. Czternasty rozdział (ss. 277-290) jego *Aphorismorum medicinarum, cum theoricorum, tum practicorum omnibus, quibus secunda valetudo curae est, apprime necessariorum* odnosi się do chorób „kobięcych” i zawiera zdania-twierdzenia, w których czasem można znaleźć poradę lekarską, ale nie jak u Cratona, adresowaną bezpośrednio do kobiet, lecz sprawiającą wrażenie konsultacji z innymi medykami.

Za główne zasady organizacyjne dzieła Scholtza można uznać jasno i dobitnie sformułowane *propositio* oraz konkret. Scholtz zaznacza we wstępie do swego dzieła (*epistola dedicata*) z roku 1589, kierowanego do senatu *inclytæ Silesiorum Reipublicæ Vratislaviensis*, cel pracy, którym jest wykazanie, że medycyna jest najbardziej użyteczną sztuką i umiejętnością człowieka wśród wszystkich dóbr, jakie dał Bóg (*nihil praeclarior quam medicina Ars omnium, quae humana eruit industria saluberrima, sanilis et utilis [...] pro mea etiam parte medicinam artem nostram praeclarissimam exornarem*). Dzieło miało więc wartość użytkową i społeczną przede wszystkim dla „Republiki Wrocławskiej”, dlatego zdobi je piękna pieczęć SPQV (*Senatus PopulusQue Vratislaviensis*, per analogiam do antycznego SPQR – *Senatus PopulusQue Romanus*), oceniano je jednak także jako literackie, o czym świadczą liczne wiersze gratulacyjne dla autora, przyjaciół lekarzy i literatów.

Także w przypadku diagnozowania kobiety zalecenia Scholtza nie odznaczają się nerwową ciekawością jak w „Kobięcych sekretach” (*De secretis mulierum*), popularnym wów-

czas dziele przypisywanym (prawdopodobnie w celu uniknięcia ewentualnej odpowiedzialności) Albertowi Magnusowi (1193-1280), gdzie przyznano wprawdzie, iż nowy człowiek rodzi się z materii żeńskiej i męskiej, ale nie była to sprawa oczywista, gdyż pogląd ów przyćmiewają tam inne sensacyjne cytaty (*Sed philosophi naturales ponunt, quo menstruum mulieris sit materia, et semen viri sit efectus, ita quod semen viri se habet ad menstruum mulieris sicut artifex ad artificium, ut atestatur Averroes*). W „Sekretach” dominuje wieloskutkowa metafora, utożsamiająca mężczyznę i kobietę z artystą i materia, z której tworzy. „Kobieca materia” właśnie jako tworzywo interesuje autora *Sekretów*, gdyż ciągle pozostaje tajemnicą (*plura dubia*). Wątpliwości dotyczą przede wszystkim miesiączki: skąd wypływa (*per anum aut per vulvam?*); dlaczego ma miejsce – czy z powodu temperatury organizmu (*utrum ille fluxus fiat per calorem sanguineum vel per aliquem alium?*)?; o czym świadczy kolor wydalonej krwi (np. ten mniej krwawy, o barwie miedzi, jest dowodem „zepsucia” kobiety: *in corruptis, malis et viscosis saepe sunt menstrua levidi id est plumbei coloris*)?.

Traktat popularny w XVII wieku propagował ciągle jeszcze idee o „zimnej i mokrej kobiecie”, przeciwstawionej „ciepłemu i suchemu mężczyźnie” (*mulier est frigida et humida a natura, vir autem est calidus est siccus*). Tymczasem aforyzmy Scholtza sformułowane są jako wnioski wynikające z doświadczenia medycznego, np. aforyzm 1233, rozpoczynający opis sposobów rozpoznawania ciąży i jej przebiegu: *suffitus aromatum mulieria educit, alia vero multa utilis esset, nisi capitis ingeneraret gravitatem; Mulieri gravidae sine modo fusa alvus, elidere foetum potest*. Dowiadujemy się sporo z kolorów wydzielin, ale np. miesiączka w kolorze miedzi świadczy jedynie o zimnej i zmysłowej macicy (*frigidae et lubricae matrices*), natomiast kolory twarzy (biały lub z rumieńcami) mogą świadczyć o ła-

twości zachodzenia w ciążę, podczas gdy pijaństwo tę zdolność wstrzymuje (*ebrietas conceptum inhibet*). Kolor twarzy kobiety ciężarnej może świadczyć o płci potomka (*Mulier gravida, si marem gerit, coloratior est, si feminam decolor*).

Scholtzius, gdzie tylko może, stara się ukonkretnić swoje obserwacje. Podaje m.in. ciekawy sposób na wczesnonowożytny test ciążowy, którego zastosowanie powierzono nie bezpośrednio kobiecie, ale lekarzowi, a oparty na dostępnych środkach i na doświadczeniu: należy podać kobiecie przed snem bardzo słodki napój (dosłownie „wodę z miodem”) i poczekać na efekty (*si scire velis an mulier conceperit dormiturae aquam mulsam potui dato, et si ventris tormina patiat, concepit, si minus non concepit*). Skłonność do doświadczeń przybiera czasem formy niepokojące, jak np. sprawdzanie, czy kobieta jest niepełna z własnej winy: *si mulier non concipit et scire placet an fit conceptura, veste praeligatam et undique obvolutam subter sussito: ac si odor corpus pervadere videtur ad nares et os usque, non sua culpa sterilem esse scito* (aforyzm 1288).

Jednak u Scholtza kobieta nie jest tylko i wyłącznie materia doświadczalną. Liczne aforyzmy podają sposoby radzenia sobie z jej przypadłościami, przede wszystkim z zagrożeniami ciąży i okołoporodowymi. Przedstawiają także elementy pediatrii, np. obserwację rozwoju dziecka, by osoba opiekująca się niemowlakiem, a więc najczęściej kobieta, mogła łatwiej stwierdzić ewentualne nieprawidłowości: *infantes quamdiu dentes non habent vagiunt, ubi duos aut tres balbutiunt, ubi completos loquuntur*. Łatwym do obserwacji i konkretnym zaleceniem jest tutaj ocenianie czynności, jakie powinno wykonywać dziecko, mające odpowiednio jeden, dwa lub więcej zębów.

Uwagę odbiorców mogły przyciągnąć także w „Aforyzmach” porady dotyczące seksu, który, jak wszystko w nadmiarze, szkodzi – zdaniem Scholza – bardziej mężczyznom, ci bo-

wiem bardziej muszą się „napracować” (*Concubitus neque nimis concupiscendus neque nimis pertimescendus. Rarus excitat corpus frequens solvit [...] frequens et nimius coitus masculino sexui quam femineo nocent in hoc enim masculi plus quam feminae laborant*). Należy też wziąć pod uwagę czas na seks najodpowiedniejszy, powiązany z porami roku: (*hieme venus non pernicioza, vere tutissima, autumnus tolerabilior, quam aestate in qua in totum, si fieri potest abstinendum est*), zaś konkretnie opisanych zalet i wad uprawiania seksu nie powstydziliby się żaden współczesny nam poradnik seksuologiczny (*II.10.17 de coitu. Naturalis voluptas, quae facit ut animantes ad coitum ardentius excitentur. Moderatus coitus repletum corpus alleviat, hilare animum facit, iram mitigat, tollit varias imaginationes, et a multis malis praeservat affectibus. Immoderatus vero coitus nervis nocet oculis, stomachoque, plurimum alvum insuper siccatur et infrigidat, hecticum corpus reddit, viresque eius prosternit et senectutem accelerat... In hoc masculi plus quam feminae laborant*).

„Aforyzmy medyczne”, które z założenia miały łączyć teorię z praktyką, dawać jasny opis zjawiska i równie jasne zalecenia odnośnie tegoż zjawiska, wyróżnia łacińska składnia *coniugatio periphrastica passiva* lub samo *gerundivum*, za każdym razem wyrażające konieczność, a nawet nakaz. Adresatem wydaje się być środowisko specjalistów, ale wciąż nie zamknięto furty dla laików. Jasny i konkretny przekaz, wzmacniany krótkimi, przejrzystymi zdaniami, nawet jeśli zawiera zwroty specjalistyczne, może zostać przyswojony przez uczestnika ówczesnej kultury, zdolnego wymieniać myśli w ramach łacińskiej „rzeczpospolitej literackiej” (*respublica litteraria*), do której paszportem jest łacina i retoryka. Dlatego „Aforyzmy” oceniono przede wszystkim jako dzieło literackie, o czym świadczą utwory pochwal-

ne m.in. Nicolausa Rhedingera-Redigera, Johannesesa Matthiasa Wackera, któremu w pochwałach towarzyszy sam Feb Apollo.

Trend medycyny obserwacyjnej, zapoczątkowanej na Śląsku przez Cratona i Scholtza, rozwijali następnie inni śląscy lekarze, z których kilku zyskało sławę międzynarodową, jak na przykład Daniel Rindfleisch, znany jako Bucretius, który zasłynął jako współtwórca nowożytnej anatomii, podejmując się publikacji spuścizny naukowej tak sławnych na przełomie XVI i XVII wieku lekarzy anatomów, jak Giulio Cesare Casseri (Casserio) oraz Adriaan van de Spiegel (Spigelius). W historii Śląska i Wrocławia wsławił się przede wszystkim jako najlepszy w owym czasie wrocławski lekarz, przykładowy mąż i ojciec siedmiorga dzieci (jedna z córek, Urszula, zmarła) oraz przyjaciel słynnego poety Valensa Acidaliusa, z którym odbywał podróże do Italii, a który później, być może z uwagi na łączącą go z Bucretiusem przyjaźń, często przebywał na Śląsku. Z listów Acidaliusa oraz wierszy poświęconych całej rodzinie „Bukreadów” autorstwa innego nowołacińskiego śląskiego poety, Caspara Cunrada, wyłania się prawy obywatel, mąż, ojciec, lekarz i po trosze także poeta. Warto dodać, że poeta-lekarz Bucretius, podobnie jak Jan Kochanowski, rozpaczał po stracie swej córki Urszuli, o czym przekonuje wiersz autorstwa wspomnianego Cunradusa pt. *De obitu Ursulae Filiae Carissimae. Parodia ad Od. 15. Lib 3. Horat.* napisany około ćwierć wieku po *Trenach* Jana Kochanowskiego i również będący częścią cyklu.

Daniel Bucretius w siedemnastowiecznej Europie sławę zdobył dzięki wydanej w 1627 roku we Frankfurcie w dziesięciu księgach „Fabryce ludzkiego ciała” (*De humani corporis fabrica libri decem*. Por. zbiory Biblioteki Jagiellońskiej – 1632, BJ, sygn. 291871 II). Z dedykacji „dla życzliwego czytelnika” oraz innych utworów dedykacyjnych, np. Sebastiana Chaginaeusa, wynika, że Bucretius mógł być współautorem owego

monumentalnego dzieła anatomicznego, a na pewno jego redaktorem, który pewne fragmenty zmieniał, dopisywał, ustawiał w innej kolejności, a wszystko to na prośbę „odchodzącego z życia Spigeliusa”. Wiadomo na pewno, iż Ślązak Bucretius uzupełnił połowę tablic anatomicznych, których autorem był Casserio, a które zaginęły w niewyjaśnionych okolicznościach, rysunkami innych autorów (najprawdopodobniej byli to Odoardo Fialetti oraz Francesco Valesio). Współautor i kontynuator tak znaczącego dla rozwoju medycyny europejskiej dzieła doceniał więc znaczenie obrazu-ryciny, wspomagającej komunikację specjalistyczną. Warto dodać, że wielu badaczy (Bednarska 2005: 10-11; Huizinga 2008: 70) uważa upowszechnienie się ryciny za przełom w ówczesnej mentalności, a był to zdecydowanie przełom komunikacyjny, który współcześnie można porównać chyba tylko do upowszechnienia się internetu.

„Fabryka ludzkiego ciała” – nowatorski podręcznik anatomii – w księdze pierwszej, niejako „wyjściowej” dla pozostałych (rozdział dziesiąty) traktuje o „proporcjach podbrzusza i wstydliwych częściach ciała obojga płci” (*De proportionē infimi ventris et pudendorum utriusque sexus*). Dominuje tutaj także konkret i szczegół, np. precyzyjny pomiar „wstydlivej części”, podany w uncjach z krótką praktyczną adnotacją, iż dłuższa długość się nie utrzymuje (*magna mentula nec diu sustinet*), a mała, przeciwnie, dłużej „toczy bitwę” (*pugnam perfert*). A owe średnie wymiary, charakterystyczne dla dorosłego mężczyzny w chwili „uniesienia”, to sześć uncji długości oraz cztery uncje szerokości; uncje zaś rozumiane są najprawdopodobniej jako jedna dwunasta stopy, czyli około cala.

Innym ważnym chwytem opartym na retoryce jest zastosowanie nieoczekiwanej konkluzji, gdyż np. proporcje wstydliwych części ciała kobiecego można, zdaniem autora (autorów) tego anatomicznego dzieła, ocenić na podstawie twarzy kobiety,

a nawet patrząc jej w oczy. Jeśli bowiem kobieta posiada duże oczy, to także jej *pudendum* jest przestronne i okazałe: *Pudendi muliebris proportionem plerumque ab ore licet desumere. Quibus enim os et oculi magni sunt, iis quoque amplum est pudendum*.

Dalej (być może właśnie Bucretius) pisze o swoich osobistych obserwacjach na podstawie częstych doświadczeń, których ideę zapożyczył zapewne od Scholtza: *observatumque est a me multiplici experientia*. Obserwacje te dotyczą zaś wszystkich kobiet grubych i otyłych (*omnes crassae et pingues*), właścielek okazałych brzuchów i biustów, które prawie bez wyjątku mają także wielkie pochwy (*amplae volvae*). Poniżej znajduje się ciekawy opis pewnego typu kobiet o małych lub zapadniętych piersiach (*mammae depressae aut parvae*), małej twarzy, wąskich wargach i zaostrzonym podbródku (*os parvum, labia parva et mentum acutum*), którym przypisuje się ciasną i węższą macicę (*stricta et angustior volva*). Okazuje się, że ten właśnie typ kobiet, z uwagi na wstydlive części ciała – określone tu dosłownie jako „ciasne genitalia” – znajduje większą przyjemność w obcowaniu z mężczyznami i *vice versa* (*viros delectant magis*) niż kobiety, które wszędzie są „szerokie”.

Informacja anatomiczna, stwierdzona na podstawie obserwacji, zostaje tutaj wsparta nie tylko uwagami socjologiczno-seksualnymi, ale także powołaniem się na anegdotę, ostatnią z zasad odpowiedzialnych za „przyczepność” tekstu specjalistycznego. Sięgnięcie po anegdotyczne źródło literackie: *Historia Indica*, autorstwa Włocha Oviedusa Gonsalvusa (Consalvus) Fernandusa, podróżnika, który żył sto lat wcześniej (1478-1557), jest zabiegiem celowym i wkomponowanym w treść wywodu anatomicznego. Obserwacja podróżnicza, która dotyczyła spraw intymnych – mianowicie Consalvus Oviedus stwierdza u kobiet pewnego plemienia niezwykle wąskie macice i po-

chwy – staje się dla autora/autorów „Fabryki ludzkiego ciała” punktem wyjścia do opisu zjawiska niepokojącego, jakim było swoiste poprawianie „dobrodziejstw natury” za pomocą działań o charakterze medyczno-inwazyjnym (*arte potius*). Zostają tutaj ujawnione i poddane krytyce upodobania seksualne europejskich mężczyzn XVII wieku, którzy chętniej wybierają kobiety o małym, niezwisającym biuście i wąskim *pudendum*, czym przyczyniają się do parachirurgicznych zabiegów, jakim poddają się kobiety (zarówno prostytutki jak i *matronae honestae*, ryzykując życie i zdrowie: *Has matronae nonnumquam etiam honestae imitantur; cum mariti ex lupanari redeunt de coniugum laxis genitalibus conqueruntur; quas strictas alibi invenerint, ignarae in quae pericula se condiiciant, cum menstruo sanguini primum viam, deinde fetui ianuam claudunt, et se ipsas demum in mortem praecipitent, ipsae miserae animam expirare cogantur*). „Fabryka ludzkiego ciała” ocenia opisane zjawisko bardzo negatywnie i przypisuje winę właśnie mężczyznom, których niegodziwą rozkosz (*voluptas improba*) nieszcześnie (*miserae, infelices*) kobiety zaspakajały, narażając się na cierpienie i śmierć. Anegdota z morałem, oprócz „przyczepnej” funkcji wzmocnienia uwagi czytelnika, ma także, a nawet przede wszystkim, cel etyczny.

Nieco inne informacje o anatomii kobiety przynosi rozdział drugi księgi dziewiątej poświęcony kobiecym biustom. Okazuje się, że biust sam w sobie nie posiadał dla mężczyzn tej epoki znaczenia seksualnego, jest bowiem opisany beznamiętnie i zestawiony z piersią męską (*de mammis utriusque sexus*). Nazewnictwo tej części ciała różni płcie nieznacznie: *mammillae in viris et mammae in mulieribus*. Cały zaś opis medyczny polega na objaśnieniu funkcjonowania nerwów, żył i kanalików oraz sposobu wytwarzania się mleka. Jedynym bardziej zretoryzowanym czy też fabularyzowanym fragmentem jest opis kilku

wariantów nazewnictwa: biust to także szczególne naczynia (*vasa*), a kanaliki mleczne można nazwać dosłownie „jasnymi trąbkami mleka”, „przewodami jasnego mleka” (*candidi lactis tubuli*) lub „żyłami mlekonośnymi” (*lactiferae venae*).

„Fabryka ludzkiego ciała” na stronie tytułowej również odwołuje się do kobiety: upersonifikowana Anatomia znajduje się w towarzystwie innej kobiety – Mądrości-Pilności (*Diligentia*) – a życzliwemu czytelnikowi poleca się dzieło z zachętą, by traktował je jako wynik rzeczywistego wysiłku i nie odrzucał zbyt pochopnie, wzorem starożytnych Ateńczyków, których prawo przestrzegało, by nie odrzucać nowości (*Atheniesium monitu, quibus lege cautum erat, ne primi ingenii foetus exploderentur*).

Jeśli więc „Fabryka ludzkiego ciała” zaliczana jest do dzieł awangardowych, tym bardziej należy docenić udział w pracy nad tym dziełem śląskiego lekarza Daniela Rindfleischa-Bucretiusa, którego jeden z wierszy polecających książkę wręcz utożsamia ze Spigeliusem: otóż zdaniem Sebastiana Chagineusa „Spigelius nie umarł, lecz żyje i rozwija się pod zmienionym imieniem Bucretiusa”. Warto dodać, że w Bibliotece Czarторыskich znajduje się okazalsze objętościowo wydanie *Opera omnia Adriani Spigelli* z roku 1645, składające się z dwóch tomów, z których pierwszy – obok dziesięciu ksiąg „Fabryki ludzkiego ciała” Spigeliusa – zawiera tablice anatomiczne Iuliusa Casseriusa (Iulii Casserii) *cum Danielis Bucretii Vratislaviensis supplemento*. Są tu jeszcze inne dzieła Spigeliusa i Casseriusa (np. *De formato foetu*, *De lactibus sive lacteis venis Gasparis Asellii*, *De motu cordis Guilielmi Harveii*, *Epistulae duae de motu chili et sanguinis Iohannis Walaei*), a w tomie drugim – obok czterech kolejnych dzieł Spigelliusa: *De monstrosis vermibus* – znajduje się *Observatio rara* autorstwa Johannesa Antoniusa Vander Linden. Zatem wśród siedmiu autorów tak przełomowego medyczno-anatomicznego dzieła spotykamy najwybitniejszych lekarzy

ówczesnej Europy: obok słynnego Brukselczyka (*Bruxellensis*) i sześciu innych wybitnych europejskich medyków, znajduje się wspomniany wrocławianin (*Vratislaviensis*) Bucretius.

Więcej informacji o wkładzie Bucretiusa w dzieło przynosi spis tablic Iulli Casserii – „profesora anatomii i chirurgii w padewskim gimnazjum” – *cum supplemento XX Tabularum Danielis Bucretii Vratislaviensis. Phil. Et Med. Doctori qui et omnium explicationes addidit*. Zapis to znamieny: wrocławianin jest nie tylko współautorem, ale i komentatorem wszystkich tablic (tablice, które przygotował samodzielnie, są wyszczególnione, np. kobieta ze strony 167 może nie jest jego wyłącznego autorstwa, ale już komentarze do niej na pewno). Kolejne informacje przynosi wstęp *ad Lectorem* samego Daniela, pisany w Wenecji w roku 1627. Już w pierwszych słowach, bez retorycznych wstępów, informuje czytelnika, że Adrian Spigellius „w pisemnym testamencie” to jemu właśnie polecił wydanie „Fabryki ludzkiego ciała”.

Mimo to Bucretius czuł się niegodny sprostać zadaniu, postrzeganemu przez siebie jako literackie – dosłownie jako uczestnictwo w „republice literackiej”, której językiem była łacina (*rem maxime Reipubl. Literariae me utilem praestitutum credebam*) – z powodu dłuższej przerwy w pisaniu (*longo intervallo*). Tymczasem to jemu właśnie, który bardziej miał ochotę opłakiwać gorzko przedwczesną śmierć mistrza niż cieszyć się ze znalezienia wśród jego spuścizny tak wspaniałego skarbu (*tanti thesauri inventionem*), przypadła w udziale kontynuacja niezwykłego dzieła (*nobile, eximium opus*), on więc przede wszystkim decydował o treściach i strategiach ich przekazania czytelnikom. Bucretius zajmował się także opisem rycin płodu (*Liber de foetu*), które wyraźnie są odwzorowaniem zmarłych niemowląt, podczas gdy ryciny kobiet przypominają akty, do których świadomie pozowano. Można porównać np. dziecko

siedzące, ale z martwą twarzą i zamkniętymi oczyma (tabula IX strona 47) oraz ostatnią tablicę ze strony 49 (komentarz, strona 48), na której przedstawiono obraz sromu kobiecego z błoną dziewiczą – *pudenda muliebria cum Hymene depinguntur*.

Jeśli by zestawień medycznych wypowiedzi na temat kobiet u Bucretiusa z napisanym niewiele wcześniej przez toruńskiego lekarza Petera Ianichiusa dziełem o chorobach kobiet *De affectibus mulierum libri tres* (Ianichius 1619), spisany na podstawie publicznych wykładów Iohannesa Varandaei, widzimy podobieństwa w humanitarnym traktowaniu płci niewieściej, co u Ianichiusa zostało nawet dość dobitnie sformułowane: *illa auctoritas et imperium virorum in mulieres constat potius lege et consuetudine quam ratione et natura*. Jednak podczas gdy dla bliższego życia i doświadczeniu Ślązaka Bucretiusa wiele zagadek natury – w tym i anatomii kobiecej – zostało rozwiązanych, tamten wciąż powtarza rewelacje typu: *mulier ex muliere non concipit*.

Kobieta, coraz bardziej godna poznania „materia” dla mężczyzn, staje się także godna opisu z zastosowaniem sztuki retorycznej, a często kwalifikowana jako adresatka owej sztuki. Opiewając dzieło Scholza, jeden z jego przyjaciół, Georgius Tilenius, parafrazuje łacińskie przysłowie: *Ars longa, vita brevis*, aby wykazać, że pozornie „mała sztuka” (*brevis ars*) wiedzy medycznej, podana w umiejętnej formie literackiej, którą określa wrodzony talent (*ingenium*) autora, może powiększyć orbity życia wielu ludzi. Także zdaniem Daniela Engelharda, Laurentius Scholtz ujarzmił choroby jak dzikie zwierzęta, a to udawało się, jak wiadomo, dotąd tylko wyjątkowym poetom o talencie Orfeusza, do którego zresztą nawiązuje już motto ze strony tytułowej dzieła: *sanitas nihil hominum utilius ut Orpheus in hymno suo cecinit sine qua cuncta inutilia hominibus*.

4. Podsumowanie

Prezentacja kwestii tak istotnych dla ludzi, jak sposoby dbania o własne zdrowie, wymaga szczególnych strategii retorycznych. Rozumieli to autorzy dawnych śląskich traktatów medycznych pisanych po łacinie. Choć komunikatywność mógł zakłócać specjalistyczny język i ścisły opis, zadbali o pewną „przyczepność” swego przekazu, stawiając w miarę możliwości jednostkowe przed ogólnym (nawet wtedy, gdy przekaz kierowany był do ogółu), dbając o ukonkretnienie, a wreszcie, w dalszej kolejności, sięgając nawet po anegdotę.

Korpus tekstów wykorzystanych w artykule

Bucretius Daniel, Spigellius Adrian, Vander Linden Johannes (1645) *Opera omnia quae extant. Elenchum librorum vide statim post dedicationem et in praefatione quid in iis a nobis est praestitum*, Amsterdami, BCz, sygn. 56449 V.

Crato, Johannes a Kraftheim (1611) *Consiliorum et epistolarum Medicinalium... archiatri caesarei liber septimus. Nunc primum labore et studio Laurentii Scholtzii medici Vratislaviensis in lucem editus*, Hanoviae, BJ, sygn. 145593 I.

Ianichius, Peter (1619) *De affectibus mulierum libri tres*, Hanoviae.

Magnus, Albertus (1625) *De secretis mulierum libellus, scholii auctus, et a mendis repurgatus. Eiusdem de virtutibus herbarum, lapidum et animalium quorundam libellus. Item de mirabilis mundi, ac de quibusdam esse actibus causatis a quibusdam animalibus et c. Adieci et similitudinem Michaelis Scotiphilo, De secretis naturae opusculum. Cum indice locupletissimo*, Argentorati, Biblioteka Zakł. Nar. im. Ossolińskich (Boss), sygn. 11.067.

- Scholtz, Laurentius (1589) *Aphorismorum medicinalium cum theoricorum, tum practicorum omnibus quibus secunda valetudo curae est, apprime necessariorum sectiones octo, quarum priores quinque theoricam medicinae partem, ut ex Arabum distinctione appellatur, posteriores vero tres practicam, sic ab iisdem dictam complectuntur; collectae studio et opera Laurentii Scholtzii Vratislaviensis Phil. Et medicina doctoris, Vratislaviae, BUWr, sygn. 411313.*
- Varandaeus, Iohannes Monspeliensis (1619) *De affectibus mulierum libri tres*, Hannoviae, BUWr, sygn. 304 732.

Bibliografia

- Dunbar, R. 1996. *Kłopoty z nauką*. Przekł. P. Amsterdamski. Gdańsk: Marabut – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Gaj, B. 2007. „*Chymiatrica oscula* (chemiczne pocałunki), czyli o łacińskiej XVII-wiecznej prozie naukowej na przykładzie Śląska”. *Forum Artis Rhetoricae*, nr 3-4 (10-11). 44-61.
- Gaj, B. 2008. „*Historia togata*, czyli sposoby uprawiania historii na dawnym Śląsku”. *Forum Artis Rhetoricae*, nr. 7-8 (14-15). 57-70.
- Heath, C.; Heath, D. 2009. *Sztuka skutecznego przekazu, czyli przyczepne koncepcje*. Przekł. M. Poniedziałek. Warszawa: Świat Książki.
- Huizinga, J. 2008. *Kultura XVII-wiecznej Holandii*. Wstęp, oprac. i przekł. P. Oczko. Kraków: Universitas.

Retoryczne i pragmatyczne funkcje zaimków 1. osoby w polskim i angielskim dyskursie naukowym¹

Grzegorz Kowalski

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. W niniejszej pracy przedstawiam wyniki analizy korpusowej dystrybucji zaimków 1. osoby liczby pojedynczej i ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej w polskim i angielskim dyskursie naukowym na przykładzie artykułów naukowych z dziedziny lingwistyki z lat 1980-2000. Od strony teoretycznej praca jest oparta na interdyscyplinarnym podejściu analizy dyskursu. Z uwagi na temat i cel nawiązuje do retoryki (zagadnienie obecności autora w tekście argumentacyjnym, według kartezjańskiego i niekartezjańskiego paradygmatu nauki) oraz pragmatyki (funkcjonalne zróżnicowanie zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym). Celem analizy empirycznej jest określenie podobieństw i różnic w zakresie dystrybucji zaimków 1. osoby w odniesieniu do zmiennych historycznych, językowych, kulturowych, oraz funkcjonalnych (cel / charakter artykułu).

Słowa kluczowe: retoryka, pragmatyka, wiedza specjalistyczna, dyskurs naukowy, dyskurs językoznawczy, zaimki, język angielski, język polski

1 Badania zostały zrealizowane w ramach projektu *Pragma-retoryczne strategie formułowania i podważania twierdzeń w polskim i angielskim dyskursie naukowym* (grant nr N N104 012037 Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego).

Rhetoric and pragmatic functions of 1st person pronouns in Polish and English scientific discourse

Abstract. *The paper presents the results of a corpus analysis of the distribution of 1st person singular and exclusive 1st person plural pronouns in Polish and English scientific discourse. The corpus consists of scientific articles in the field of linguistics published in the period 1980-2000. In terms of the theoretical background, the work applies the interdisciplinary approach of discourse analysis. Its topic and purpose relate it with rhetoric (presence of the author in an argumentative text, as discussed in the context of Cartesian vs. non-Cartesian models of science) and pragmatics (functional typologies of 1st person singular pronouns in scientific discourse). The aim of the analysis is to account for similarities and differences in the distribution of 1st person pronouns with regard to historical, linguistic, cultural and functional (i.e. aim / character of the article) variables.*

Key words: *rhetoric, pragmatics, specialised knowledge, scientific discourse, linguistic discourse, pronouns, English, Polish*

1. Zaimki 1. osoby w dyskursie naukowym: perspektywa retoryczna

Z punktu widzenia retoryki system zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym pełni podstawową funkcję językowej wykładni obecności autora w tekście, wskazując jego osobę jako rzeczywistego *agensa* przedstawianych procesów kognitywnych, badawczych i tekstowych. Status zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym pozostaje jednak zasadniczą kwestią sporną między zwolennikami dwóch przeciwstawnych koncepcji nauki: modelu kartezjańskiego i modelu niekartezjańskiego.

Model kartezjański, oparty m.in. na zasadach *depersonalizacji* (brak językowych wykładników obecności autora w tekście), *obiektywizmu* (precyzja i bezstronność opisu) i *antyretoryczności stylu* (odrzućenie klasycznych chwytów retorycznych w argumentacji naukowej, zob. Bazerman 1984), nakazuje

przyjęcie w argumentacji naukowej rygorów nauk ścisłych, metod dedukcyjnych i narzędzi logiki.

Model niekartezjański podkreśla z kolei nierozzerwalny związek między badaczem i procesem badawczym wpisany w kontekst wspólnoty naukowej. Intersubiektywny kontekst tworzenia i ewaluacji wiedzy naukowej implikuje *personalizację, subiektywizm i retoryczność stylu* w dyskursie naukowym. W szczególności personalizacja dyskursu naukowego w modelu niekartezjańskim zakłada prowadzenie wyводу w oparciu o językowe wykładniki obecności autora w tekście, których prototypową realizację stanowią zaimki 1. osoby.

Istotne wsparcie dla modelu niekartezjańskiego przyniosło w ostatnich latach podejście dyskursywne w naukach humanistycznych. Jeśli chodzi o teorie dyskursywne w lingwistyce kartezjański postulat depersonalizacji został zakwestionowany w założeniach o dialogowym charakterze tekstu, oraz o tekście jako konstrukcji polifonicznej, gdzie ujawniają się ideologie różnorodnych aktorów i grup. Dialogowość i polifoniczność analizowano również w odniesieniu do dyskursu naukowego (Clark 1992; Ivanič 1998; Tang i John 1999; Hyland 2001, 2002).

W podejściu dyskursywnym przyjmuje się, że interakcja instytucji społecznych i uczestniczących w nich aktorów jest za pośrednictwem działań i dyskursach jednostek i grup. W kontekście nauki rolą badacza jest więc aktywne tworzenie wiedzy naukowej, a nie, jak zakładał model kartezjański, wycofanie się do roli obserwatora i narratora zachodzących procesów. Jednocześnie podejście dyskursywne zakłada intersubiektywny, wspólnotowy kontekst negocjowania wartości wiedzy naukowej, gdzie podstawowe znaczenie mają strategie perswazyjne, w tym dyskurs autopromocji i dyskurs krytyki. Oba dyskursy można uznać za realizację dwóch prototypowych ról naukowca:

twórcy nowych sądów oraz wnikliwego analityka istniejącego dorobku dyscypliny. Dążenia autorów do podkreślenia przynależności do wspólnoty naukowej poprzez identyfikowanie się z tymi rolami sprzyja powszechnemu stosowaniu zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym.

2. Zaimki 1. osoby w dyskursie naukowym: perspektywa pragmatyczna

Celem pragmatycznej analizy zaimków 1. osoby jest określenie kontekstów ich stosowania w autentycznych wypowiedziach, a następnie skonstruowanie ich typologii funkcjonalnych. W odniesieniu do tekstów naukowych przykładową typologię zaproponował Kuo (1999), który wyróżnia takie funkcje zaimków 1. osoby i ich bezpośredniego otoczenia jak „wyjaśnianie etapów pracy”, „przedstawianie wyników”, „podkreślanie własnego zaangażowania w pracę”, „przedstawianie powodów lub konieczności powstania pracy”, „przedstawianie teorii”, „określanie celu pracy”, „dowodzenie”, „porównywanie”. Z kolei Harwood (2005a, b, c) sprowadza funkcje zaimków 1. osoby do czterech ogólnych kategorii: „organizacja tekstu”, „wyrażanie osobistych sądów i opinii”, „opis procesów i metod”, „podziękowania za wsparcie”.

Inną klasyfikację funkcjonalną przedstawiła Vassileva (1998), która porównuje dystrybucję funkcji pragmatycznych zaimków 1. osoby w korpusach artykułów naukowych w pięciu językach (angielski, niemiecki, francuski, rosyjski, bułgarski). Wyniki jej pracy wskazują na kulturowe zróżnicowanie dystrybucji zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym: najniższe wskaźniki zanotowano w korpusie tekstów francuskich, najwyższe – angielskich. Ponadto zmienna kulturowa okazała

się istotnym czynnikiem warunkującym preferencję form pojedynczych lub mnogich: pierwsze dominowały w tekstach angielskich, drugie w tekstach bułgarskich i rosyjskich. Różnice kulturowe dotyczą również dystrybucji poszczególnych funkcji pragmatycznych. Użycie zaimków 1. osoby w niektórych kontekstach ma charakter uniwersalny, np. „przedstawianie wniosków końcowych”, „odniesienia do prac innych autorów”, „określanie celów i metod”, „odnośniki do wiedzy wspólnej, terminologii i teorii”, „angażowanie czytelnika w proces argumentacji”. W innych kontekstach obecność zaimków 1. osoby jest zmienną zależną kulturowo, np. „odniesienia do własnej osoby i własnych prac” (nieobecne w tekstach francuskich), „przywoływanie własnych doświadczeń” (powszechne w tekstach angielskich i niemieckich), czy „wprowadzanie terminologii” (nieobecne w tekstach rosyjskich i bułgarskich).

Dystrybucja form pojedynczych i mnogich zaimków 1. osoby była również przedmiotem analiz korpusowych uwzględniających zmienne dziedzinowe (Harwood 2005a, b, c; Hyland 2001). Wyniki większości tych analiz wskazują, że formy liczby pojedynczej są bardziej powszechne w publikacjach z zakresu nauk humanistycznych, natomiast formy liczby mnogiej częściej pojawiają się w tekstach z zakresu nauk ścisłych.

3. Typologia retorycznych i pragmatycznych funkcji zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym

Opracowany na potrzeby niniejszej pracy model analizy dystrybucji zaimków 1. osoby w artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki jest oparty na podstawach retorycznych związanych z modelem niekartezjańskim oraz odwołuje się do wybranych

typologii pragmatycznych. Punktem wyjścia są implikacje parametrów retoryczności, subiektywizmu i personalizacji modelu niekartezjańskiego, zakładające, że podstawową rolą zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym jest ujawnianie obecności autora w tekście. Zakładam jednak, że o ile funkcja ta ma wartość stałą, wpisaną w gramatyczną wykładnię osoby nadawcy poprzez kategorię 1. osoby, o tyle nie każde użycie zaimka 1. osoby ma jednakową wagę retoryczną dla budowania wyводу naukowego. Bardziej centralne znaczenie dla procesu argumentacji mają, na przykład, zaimki użyte w kontekście tworzenia nowej wiedzy (autor jako agens procesów badawczych) niż zaimki użyte w funkcjach metajęzykowych (autor jako agens aktu werbalnego). Możliwe jest zatem opracowanie typologii o charakterze skalarnym, porządkującej funkcje pragmatyczne zaimków 1. osoby według ich znaczenia dla prowadzonego wyvodu. Jednocześnie, zgodnie z tezą Tang i John (1999), przyjmuję, że wartość retoryczna poszczególnych funkcji jest wprost proporcjonalna do ich potencjału autopromocyjnego.

Skonstruowany na potrzeby niniejszej pracy szereg obejmuje następujące funkcje (według wartości retorycznej i potencjału autopromocyjnego, w porządku rosnącym): [autor jako] *przedstawiciel ogółu, przewodnik, architekt, narrator procesu badawczego, krytyk, beneficjent, autor wcześniejszych prac, twórca nowej wiedzy*.

Funkcja *autor jako przedstawiciel ogółu* jest realizowana prototypowo przez inkluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej, rzadko przez formy liczby pojedynczej. W tym przypadku zaimek ma charakter generyczny: denotuje *everymana*, uogólnionego Innego, bohatera wymyślonych przez autora scenariuszy z życia codziennego, które pełnią rolę ilustracji omawianych zagadnień teoretycznych. Formy pojedyncze i mnogie zaimka 1.

osoby w funkcji *autor jako przedstawiciel ogółu* mogą pojawiać się razem, tak jak w przykładzie (1)².

- (1) In section 3 we examined how language captures the entities and activities we normally encounter in our everyday dealings with the world. Now, if I have worked in one particular woodshop, for example, I know that if I encounter another world called ‘woodshop’, I can reasonably expect it to be like the one I have already encountered in terms of the objects and types of activities found there. If someone asked me how I know that, I could answer, following Wittgenstein, “because I speak English”. (van Valin 1980)

Zaimki 1. osoby w funkcji *autor jako przewodnik* pełnią rolę sygnałów metadyskursywnych organizujących strukturę tekstu, które zapowiadają jego następne części składowe lub odwołują się do etapów już „przebytych”. Tang i John (1999) postrzegają rolę autora jako przewodnika w kategoriach metaforycznych, zestawiając metaforę AUTOR to PRZEWODNIK z metaforą ARTYKUŁ NAUKOWY to TEREN NIEZNANY. Ponieważ zaimki użyte w tej funkcji presuponują współobecność autora i czytelnika w tekście, są one prototypowo realizowane przez zaimki 1. osoby liczby mnogiej, najczęściej w kolokacjach z czasownikami percepcji wizualnej (*widzieć, zauważać, spostrzegać* itp.). Niemniej jednak zaimki w roli przewodnika mogą również być interpretowane jako ekskluzywne (zob. przypis 2), co jest możliwe w przykładzie (2):

- (2) **Przechodzimy** teraz do części trzeciej, najobszerniejszej, uwag o geografii językowej, a to do możliwości interpretacji izoglos i arealów językowych. (Furdal 1980)

W przeciwieństwie do funkcji *autor jako przewodnik*, gdzie autor prowadzi czytelnika przez tekst już istniejący, systematycznie odkrywając jego kolejne elementy, funkcja *autor jako*

2 Wszystkie przykłady pochodzą z korpusu analizowanego w części empirycznej.

architekt zakłada aktywny proces konstruowania tekstu w czasie rzeczywistym. Cechą wspólną obu funkcji jest ich metadyskursywny charakter i cel, tj. ułatwienie czytelnikom nawigacji w strukturze tekstu i przyswojenia przedstawianych treści. W przeciwieństwie do repertuaru zaimków 1. osoby używanych w funkcji *autor jako przewodnik*, funkcja *autor jako architekt* może być gramatyzowana również przez zaimki liczby pojedynczej:

- (3) I will start by quoting the essential elements of the theory to which
I will refer in my paper. (Rozwadowska 1995)

Jedną z najbardziej powszechnych funkcji zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym jest funkcja *autor jako narrator procesu badawczego*, najczęściej występująca w kolokacjach zaimków z czasownikami procesów badawczych (*definiować*, *wyliczać*, *testować*, itp.) Względnie niski potencjał autopromocyjny tej funkcji jest często zwiększany przez strategiczny dobór czasowników zawierających element pozytywnego wartościowania (por. *developed* w przykładzie 4; w tym samym przykładzie funkcję autopromocyjną podkreśla również zaimek „mocny” *myself*).

- (4) I intend to concentrate here on those concepts which **I myself** developed in order to describe particular strategies employed by the ‘powerful’ participant in an interaction. (Thomas 1985)

Funkcja *autor jako krytyk* obejmuje wszystkie konteksty użycia zaimka 1. osoby związane z wyrażaniem własnych poglądów na temat przytaczanych sądów innych autorów, przy czym sądy takie mogą być oceniane zarówno pozytywnie, jak i negatywnie. Zaimki 1. osoby użyte w funkcji *autor jako krytyk* często występują w kolokacjach z czasownikami procesów mentalnych (*myśleć*, *sądzić*, *uważać* itp.):

- (5) Czy zatem mieści się kognitywizm w ramach koncepcji nauki Lakatosa i Kuhna? Kognitywiści uważają, że wręcz w nich kognitywizm ma swoje źródło; por np. I. Nowakowska-Kempna (1992). **Ja** jednak **mam** co do tego szereg **wątpliwości**. (Bobrowski 1995)

Rola *beneficjenta* jest natomiast wpisana w akty podziękowań różnym osobom i instytucjom za okazaną podczas pracy pomoc finansową (przykład 6) bądź merytoryczną (przykład 7).

- (6) The research reported here is part of a larger project supported by a Fulbright Research Fellowship and a Fellowship from the American Council of Learned Societies, for which **I** am grateful. (Gal 1995)
- (7) I should like to express **my** thanks to Hywel Coleman, John Heritage Gail Jefferson, and Rod Watson, and many other persons who have provided criticisms of and ideas for this work. [...] Their influence pervades the study and **I** have not attempted to reference **my** debt in detail. (Heath 1985)

Chociaż w omawianym układzie większy potencjał promocyjny można przypisać donatorowi, to beneficjent może wykorzystać tę funkcję w sposób strategiczny dla wzmocnienia własnego wizerunku. Poprzez przywołanie nazwisk autorytetów badacz przekazuje informację na temat swojej obecności w sieci interpersonalnej zbudowanej wokół postaci o uznanej pozycji w danej dyscyplinie. Jeszcze większy potencjał autopromocyjny można przypisać zaimkom 1. osoby użytym w informacjach o źródłach finansowania pracy. Wskazanie uznanych instytucji finansowych jako donatorów grantów i stypendiów dla danego przedsięwzięcia jest ważnym argumentem w dążeniach do uzyskania statusu autorytetu.

Wysoki potencjał autopromocyjny mają również zaimki 1. osoby użyte w funkcji *autor wcześniejszych prac*. Nawiązania do własnych prac już opublikowanych podkreślają uprzywilejowany status autora jako eksperta w danej dziedzinie wiedzy. Fakt posiadania udokumentowanego dorobku naukowego może

być postrzegany przez odbiorców jako dowód wiarygodności autora i jego znajomości opisywanego przedmiotu:

- (8) Konstrukcje te były tematem **mojego** wcześniejszego artykułu (Prażmowski 1981), w którym **dokonałem** próby wstępnej ich analizy głównie w aspekcie składniowym. (Prażmowski 1985)

Funkcja *autor jako twórca nowej wiedzy* odznacza się, moim zdaniem, największą wartością retoryczną i największym potencjałem autopromocyjnym. Poprzez wskazanie własnego autorstwa sądu, pojęcia, definicji, modelu, teorii itp. autor realizuje podstawową rolę naukowca, tj. twórcy nowej wiedzy, i tym samym zaświadcza o swojej przynależności do dyscypliny i związanej z nią wspólnoty naukowej.

- (9) **Przyjmuję** więc hipotezę, iż o istnieniu współrzędnej grupy finitywnej decyduje zgodność jedynie istotnych wartości kategorii modulujących, a mianowicie osoby, liczby i rodzaju. (Moroz 2000)

4. Analiza empiryczna

4.1. Cel analizy

Celem analizy empirycznej jest określenie podobieństw i różnic w zakresie dystrybucji zaimków 1. osoby liczby pojedynczej i ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej w polskim i anglosaskim dyskursie naukowym. Podstawowym narzędziem analizy jest przedstawiona w sekcji 3 typologia funkcji pragmatycznych zaimków 1. osoby, uwzględniająca ich zmienny potencjał retoryczny. Ponadto uwzględniłam szereg zmiennych kontekstowych (czas publikacji, język publikacji, afiliacja kulturowa autora, cel lub charakter artykułu). Wyodrębniłam trzy szczegółowe problemy badawcze: (1) dystrybucja zaimków 1. osoby w polskich i anglojęzycznych artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki, (2) dystrybucja zaimków 1. osoby licz-

by pojedynczej a dystrybucja ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej, oraz (3) dystrybucja zaimków 1. osoby liczby pojedynczej i ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej według funkcji pragmatycznych.

4.2. Metodologia

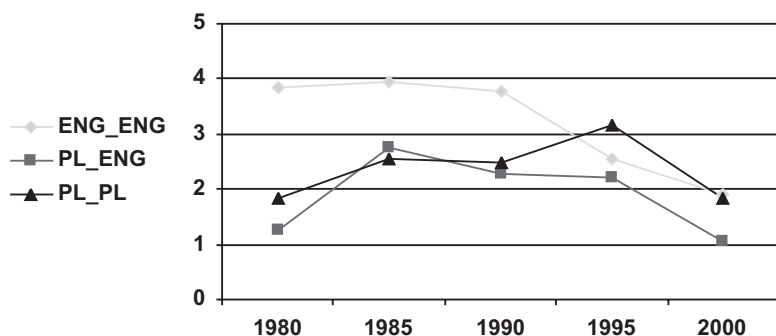
Analiza empiryczna oparta jest na korpusie 150 artykułów naukowych z dziedziny językoznawstwa, opublikowanych w latach 1980-2000 w wybranych czasopismach recenzowanych (*Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, *International Journal of the Sociology of Language*, *Język Polski*, *Journal of Pragmatics*, *Kwartalnik Neofilologiczny*, *Papers and Studies in Contrastive Linguistics*, *Poznań Studies in Contemporary Linguistics*, *Studia Anglica Posnaniensia*). Teksty zostały podzielone na trzy podkorpusy: (1) artykuły w języku angielskim napisane przez rodzimych użytkowników języka angielskiego (dalej: ENG_ENG), (2) artykuły w języku polskim napisane przez rodzimych użytkowników języka polskiego (dalej: PL_PL), oraz (3) artykuły w języku angielskim napisane przez rodzimych użytkowników języka polskiego (dalej: PL_ENG). Wielkość korpusu wynosi 789 000 słów.

4.3. Wyniki analizy

4.3.1. Obecność zaimków 1. osoby w artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki

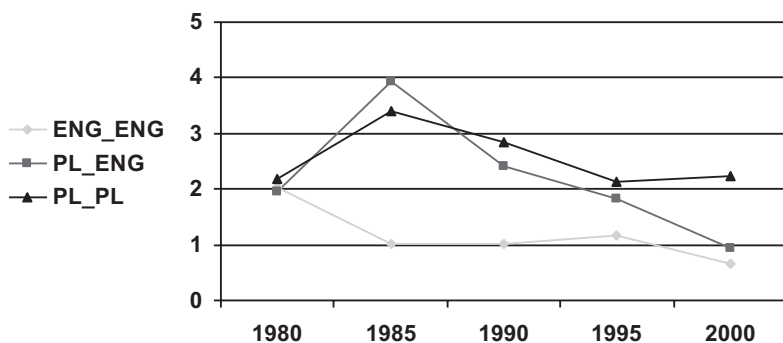
Dane statystyczne przedstawione na Rys. 1 i 2 wskazują, że użycie zaimków 1. osoby liczby pojedynczej oraz ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej charakteryzuje ogólna tendencja spadkowa we wszystkich trzech podkorpusach. Omawiane zjawisko jest szczególnie wyraźne od połowy lat 90-tych,

choć w przypadku tekstów anglojęzycznych jest zauważalne już w połowie poprzedniej dekady. Uzyskane wyniki są dosyć zaskakujące w świetle procesów globalizacyjnych zachodzących we wspólnocie naukowej. Wysoka konkurencja na rynku publikacji naukowych powinna przyczyniać się do szerszego wykorzystywania strategii autopromocyjnych. Z drugiej strony dyskurs autopromocyjny może być realizowany innymi środkami niż zaimki 1. osoby, na przykład pozytywnie wartościującymi środkami leksykalnymi, których dystrybucja w analizowanym korpusie wykazuje tendencję wzrostową w podanym okresie (Kowalski 2014).



	1980	1985	1990	1995	2000
ENG_ENG	3,85	3,95	3,78	2,54	1,91
PL_ENG	1,25	2,75	2,29	2,2	1,04
PL_PL	1,85	2,56	2,48	3,16	1,83

Rys. 1 Zaimki 1. osoby liczby pojedynczej: częstotliwość występowania (tokeny / 1000 słów)



Rys. 2 Ekskluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej: częstotliwość występowania (tokeny / 1000 słów)

4.3.2. Dystrybucja form pojedynczych i mnogich zaimków 1. osoby w artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki

Przedstawione w Tabeli 1 zestawienie proporcji form liczby pojedynczej i mnogiej (ekskluzywnych) zaimków 1. osoby pokazuje ogólną dominację form liczby mnogiej w tekstach polskich autorów, zarówno pisanych po polsku, jak i po angielsku. W przypadku tekstów pisanych po angielsku przez autorów anglosaskich w całym analizowanym okresie utrzymuje się przewaga form liczby pojedynczej. Ponadto od połowy lat 90-tych formy liczby pojedynczej zaczynają też przeważać w tekstach polskich autorów (w szczególności pisanych po angielsku).

	1980	1985	1990	1995	2000
ENG_ENG	65,6 : 34,4	79,5 : 20,5	78,9 : 21,1	68,5 : 31,5	74 : 26
PL_ENG	39 : 61	41,1 : 58,9	48,8 : 51,2	54,5 : 45,5	52,5 : 47,5
PL_PL	45,8 : 54,2	42,9 : 57,1	46,5 : 53,5	59,8 : 40,2	45 : 55

Tabela 1. Udział zaimków 1. osoby liczby poj. : ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mn. (procentowo)

Zróznicowanie kulturowe jest widoczne także w odniesieniu do częstotliwości występowania form liczby pojedynczej i mnogiej zaimków 1. osoby (Rys. 1 i 2). W przypadku zaimków liczby pojedynczej można zauważyć, że do 1990 r. włącznie autorzy polscy stosują je ze zbliżoną częstotliwością w publikacjach w języku polskim i w publikacjach w języku angielskim. W następnej dekadzie coraz wyraźniejsza staje się konwergencja obliczonych średnich do wartości wyznaczonych dla tekstów autorów anglosaskich. Proces konwergencji może dotyczyć również dystrybucji ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej, chociaż jest nieco mniej systematyczny.

We wcześniejszych okresach (do roku 1995) różnice w zakresie dominujących form zaimkowych między tekstami polskich i anglosaskich autorów potwierdzają hipotezy o kulturowych uwarunkowaniach preferencji form liczby pojedynczej i mnogiej zaimków 1. osoby (Vassileva 1998, Hyland 2002). Powszechnie zakładano, że formy pojedyncze dominują w tekstach autorów reprezentujących kultury półkuli zachodniej, podczas gdy formy liczby mnogiej są charakterystyczne dla tekstów publikowanych przez członków wspólnot naukowych funkcjonujących na półkuli wschodniej. Przedstawione preferencje w zakresie dyskursu naukowego są zgodne z bardziej ogólnymi wzorcami komunikacji społecznej, stanowiącymi podstawę do wyróżnienia kultur indywidualistycznych i kolektywistycznych

(Hall 1976, Scollon i Scollon 1995). Zaobserwowana zmiana jakościowa, tj. zmiana preferencji form liczby mnogiej na liczbę pojedynczą w tekstach polskich autorów po roku 1990, może być zatem interpretowana jako stopniowe przyjmowanie wzorców komunikacyjnych kultury indywidualistycznej, również w zakresie argumentacji naukowej.

Wybór perspektywy indywidualistycznej może być także implikowany przez kontekst wysokiej konkurencji na rynku publikacji naukowej, wymagający od autorów częstszego posługiwania się strategiami autopromocyjnymi w dyskursie. Słuszność tego wniosku wydaje się jednak sprzeczna z zaobserwowaną zmianą ilościową, tj. z powszechną tendencją spadkową w zakresie stosowania zaimków 1. osoby w artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki. Dla wyjaśnienia tego paradoksu niezbędna jest bardziej szczegółowa analiza funkcji pragmatycznych zaimków 1. osoby, uwzględniająca ich zmienną wartość retoryczną i związany z nią potencjał autopromocyjny.

4.3.3. Dystrybucja funkcji pragmatycznych zaimków 1. osoby w artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki

Tabele 2 i 3 ukazują procentowy udział poszczególnych funkcji pragmatycznych zaimków 1. osoby w poszczególnych podkorpusach i rocznikach.

4.3.3.1. Zaimki 1. osoby liczby pojedynczej

Jeśli chodzi o zaimki liczby pojedynczej, najpowszechniej występującą funkcją we wszystkich trzech podkorpusach jest *autor jako narrator procesu badawczego*. Zaimki użyte w tej funkcji występują często w narracjach procesów analiz empirycznych, zwłaszcza w studiach przypadku (por. Ramanathan ENG_ENG

1995, funkcja *autor jako narrator procesu badawczego* = 59,6% wszystkich zaimków 1. osoby liczby pojedynczej; Gabryś PL_ENG 1995, $f = 29,3\%$; Kielkiewicz-Janowiak PL_ENG 1995, $f = 42,9\%$; Mańczak PL_ENG 1995, $f = 60\%$; Karamańska PL_PL 1990, $f = 54,5\%$).

Drugą funkcją najczęściej występującą w korpusie jest funkcja *autor jako architekt*. Wysoki udział zaimków użytych w tej roli we wszystkich trzech podkorpusach i we wszystkich analizowanych rocznikach może świadczyć, że mamy tu do czynienia z uniwersalną funkcją zaimków 1. osoby w dyskursie naukowym. Porównywalna dbałość o przejrzystość organizacji metatekstowej autorów polskich i anglosaskich może się wydawać nieco zaskakująca w świetle tradycyjnie przeciwstawianych sobie (np. Duszak 1998) charakterystyk dyskursu naukowego anglosaskiego (przejrzystość struktury, tekst przyjazny czytelnikowi) i polskiego (intelektualizacja, tekst jako wyzwanie intelektualne dla czytelnika).

	1980			1985			1990			1995			2000		
	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL
przedstawiciel ogółu	52,2	1,8	0	1,6	0	0	0,4	0	0	0,5	0	0	0	0	0
przewodnik	0,4	1,8	3,3	0,3	0	0	0,4	0	0	0,5	0,8	6,9	1,2	1,9	1,5
architekt	4,8	23,6	25	22,9	26,5	16,3	25	17,9	20,8	31	12,4	22,4	11,2	25,9	23,5
narrator procesu badawczego	13,9	14,5	30	18,9	13,5	34,8	44,4	8,9	40,3	25	47,9	19	38,2	33,3	33,8
krytyk	2,6	16,3	3,3	7,2	21,2	6,5	7,3	10,6	9,7	5,5	9,1	15,5	5	3,7	5,9
twórca	10	23,6	10	35,6	28,3	15,2	15	40,6	11,1	11	21,5	16,4	23,2	27,8	32,3
beneficjent	4,8	7,2	0	6,6	3,5	2,2	5,5	4,1	1,4	5,5	2,5	0,9	7,5	3,7	0
autor wcześniejszych prac	6,1	0	15	1	3,5	20,6	0,1	2,4	9,7	5	2,5	14,7	5,6	1,9	1,5
inne	5,2	11,2	13,4	5,9	3,5	4,4	1,9	15,5	7	5,5	3,3	4,2	8,1	1,8	1,5
Suma	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabela 2. Dystrybucja zaimków 1. osoby liczby pojedynczej według kategorii pragmatycznych (procentowo)

	1980			1985			1990			1995			2000		
	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL	ENG_ENG	PL_ENG	PL_PL
przedstawiciel ogółu	2,5	5,7	0	7,6	7,4	13,4	11,8	9,3	8,4	2	1,9	5,1	7	6,1	14,5
przewodnik	19,2	9,1	18,3	15,2	6,2	17,6	20,6	2,3	6	34	16,5	15,4	28	6,1	7,2
architekt	23,3	22,7	16,9	6,3	16,7	9,2	8,8	14,7	14,5	5,2	9,7	21,8	5,3	6,1	32,5
narrator procesu badawczego	35,8	30,7	46,5	21,5	22,2	47,1	44,1	24,8	61,4	35	42,7	39,8	33,3	40,8	26,5
krytyk	0,8	3,4	2,8	1,3	4,9	0,8	0	4,7	2,4	1	1,9	1,3	1,8	4,1	1,2
twórca	15,8	23,9	14,1	45,6	37	6,7	11,8	38	6	10,3	24,3	15,5	21,1	34,7	14,5
autor wcześniejszych prac	0,8	2,3	0	0	0,6	0,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
beneficjent	0	0	0	0	0	0,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
inne	1,8	2,2	1,4	2,5	5	3,6	2,9	6,2	1,3	12,5	3	1,3	3,5	2,1	3,6
Suma	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabela 3 Dystrybucja ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej według kategorii pragmatycznych (procentowo)

Dość powszechnie występującą funkcją zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w analizowanym korpusie jest *autor jako twórca*, przy czym o jej wysokiej pozycji decydują przede wszystkim wysokie częstotliwości występowania odpowiednich form w tekstach teoretycznych o charakterze programowym. Dobrym przykładem jest tutaj korpus ENG_ENG 1985, gdzie do wysokiego udziału zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako twórca* przyczyniają się głównie dwa teksty: Fairclough (1985; funkcja *autor jako twórca* = 34,6% wszystkich zaimków 1.osoby użytych w tekście) i Thomas (1985, f = 31,7%), prac będących, odpowiednio, manifestem lingwistyki krytycznej oraz wykładnią modelu pragmatyki dynamicznej. Podobnie w korpusie PL_ENG 1985 do wysokiej średniej całej grupy tekstów przyczynia się przede wszystkim Janicki (1985, f = 34,3%), który wprowadza nowe ujęcie ekwiwalencji w pragmatyce kontrastywnej.

Stosunkowo rzadko pojawiają się zaimki 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako krytyk*, wprowadzające ocenę prac innych autorów. Funkcja ta staje się dosyć istotna w okresach zmiany paradygmatycznej, a stosunkowo wysoki udział zaimków użytych w tej roli znaleźć można w artykułach programowych proponujących zastąpienie dotychczasowych teorii nowymi (stąd również wysoki udział zaimków w funkcji *autor jako twórca*), np. Janicki (PL_ENG 1985; funkcja *autor jako krytyk* = 17,1% wszystkich zaimków 1.osoby liczby pojedynczej użytych w tekście). Jeszcze wyższe wartości zanotowano w artykułach wybitnie polemicznych, m.in. Grucza (PL_ENG 1985, f = 32,7%), Górską (PL_ENG 2000, f = 30%) oraz Bobrowski (PL_PL 1995, f = 29,2%). Pierwszy tekst stanowi polemikę z pracą translatoryczną Newmarka, drugi odnosi się krytycznie do teorii kognitywistycznej, zwłaszcza pracy Langacke-

ra, a trzeci podważa zasadność niektórych założeń kuhnowskiej socjologii nauki.

Dystrybucja zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor wcześniejszych prac* jest najmniej systematyczna i wykrywa się ogólnym wzorcem. Wydaje się, że w przypadku tej funkcji i jej obecności w tekstach naukowych istotniejsze niż uwarunkowania kontekstowe mogą być cechy idiosylistyczne poszczególnych autorów.

Ciekawą tendencję zaobserwowałem natomiast w dystrybucji zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako beneficjent*. Dane w Tabeli 2 wskazują na ich względnie częste występowanie w tekstach polskich autorów w latach 80-tych, po czym w następnej dekadzie zarysowuje się trend spadkowy. W tekstach autorów anglosaskich widać natomiast proces odwrotny i powolną tendencję wzrostową. Sądzę, że przyczyny tych różnic można interpretować w kontekście odmiennych uwarunkowań historycznych wspólnot naukowych polskiej i anglosaskiej. W przypadku polskiej wspólnoty naukowej powszechne wyrażanie wdzięczności wymienionym z nazwiska mentorom wpisuje się w tradycję *akademickiego feudalizmu* (Goćkowski 1999) i służy podkreśleniu wyraźnej hierarchii w zakresie wiedzy przedmiotowej oraz statusu w systemie instytucjonalnym nauki. Podziękowanie nie będzie więc tutaj fakultatywnym wyrazem uprzejmości, ale raczej oczekiwanym, obligatoryjnym aktem kurtuazji akademickiej.

Specyficznym rodzajem podziękowań autora-beneficjenta są podziękowania polskich autorów za okazaną pomoc materialną w trakcie realizacji badań (zob. przykład 10), które przypominają o trudnościach napotykanych w pracy naukowej w Polsce przez rok 1989. Ograniczony dostęp do materiałów i narzędzi wymuszał konieczność bliskiej współpracy między badaczami i przyczyniał się do rozwoju systemu wzajemnej pomocy,

o której często przypominano w podziękowaniach, jakkolwiek trywialna mogłaby się ona obecnie wydawać.

- (10) Sprawdziłam w Instytucie Języka Niemieckiego w Mannheimie dokumentację hasła POLEN + VERLOREN w skomputeryzowanych zbiorach materiałów Instytutu. [...] Korzystając z uprzejmości p. dra Tobiasa Brucknera, który zadawał pytania i odbierał odpowiedzi, **otrzymałam z wdzięcznością wydruk** z datą 13 maja 1988, start time 11:52:11 – end time 11:52:48. (Pisarkowa 1990)

Zmniejszony udział zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako beneficjent* w tekstach polskich autorów po roku 1990 może natomiast wynikać z gruntowych przemian wspólnoty naukowej w nowej rzeczywistości politycznej, gospodarczej i społecznej. Rygory akademickiego feudalizmu mogą ulegać zatarciu, a wykonywanie niektórych związanych z nim rytuałów może być zaniechane. Podobnie może zanikać etos wzajemnej pomocy i kooperacji, coraz częściej ustępujący miejsca rywalizacji według zasad wolnorynkowej konkurencji.

Innego rodzaju motywacje mogą tłumaczyć wzrost udziału funkcji *autor jako beneficjent* w tekstach autorów anglosaskich po roku 1990. Po pierwsze, w kontekście wysokiej konkurencji na globalnym rynku publikacji naukowej podziękowania mogą świadczyć o obecności autora w kręgach autorytetów w danej dziedzinie, wskazując że jego praca była na tyle wartościowa i obiecująca, że uzyskała wsparcie merytoryczne ekspertów. Tym samym funkcja *beneficjenta* staje się dla autora strategią o pośrednim charakterze autopromocyjnym. Po drugie, istotną wartość autopromocyjną mają autorskie noty informacyjne dotyczące źródeł finansowania projektów badawczych, jednoznacznie potwierdzające rangę pracy i jej wyższość nad projektami odrzuconymi.

Przedostatnia funkcja, *autor jako przedstawiciel ogółu*, jest bardzo rzadko gramatyzowana przez zaimki 1. osoby liczby

pojedynczej; prototypową formą są inkluzywne zaimki liczby mnogiej. Niemniej jednak formy liczby pojedynczej mogą być stosowane w znaczeniu generycznym; denotują wtedy *everymana*, uogólnionego Innego (zob. przykład 11). Tworzona w ten sposób postać pojawia się często w przykładach sytuacji życia codziennego (czasami wraz z antagonistą gramatyzalizowanym przez zaimek 2. osoby liczby pojedynczej), które służą autorowi do wyjaśniania bardziej abstrakcyjnych zjawisk. Podobne paralele pozwalają czytelnikom łatwiej zrozumieć naturę omawianych zagadnień poprzez ich odniesienie do posiadanej wiedzy o świecie, a zarazem uwiarygodniają je poprzez zestawienie ich mechanizmów ze skryptami i scenariuszami życia codziennego. Wyniki analizy korpusowej pokazują, że użycie zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako przedstawiciel ogółu* jest zależne od zmiennych językowych (dotyczy tylko tekstów anglojęzycznych), kulturowych (prawie wyłącznie teksty autorów anglosaskich) i historycznych (statystycznie znaczące wyniki tylko w roku 1980).

- (11) In the negotiating of what **I** have the right to do and expect from you in a conversation, **we** are negotiating more than just what speech acts **I** can perform (for example, whether **I** can order you or authorize you) and what the content of these acts might be (for example, whether **I** can ask about your salary or criticize your behavior). (Fraser 1980)

Najrzadziej występującą funkcją zaimków 1. osoby liczby pojedynczej jest funkcja *przewodnika*. Ograniczone użycie tej funkcji może wynikać z presuponowanej przez nią współobecności dwóch aktorów w dyskursie – przewodnika i widza – co przekłada się na częstsze użycie inkluzywnych zaimków 1 osoby liczby mnogiej w tej funkcji. Niemniej jednak w korpusie pojawiły się (przede wszystkim w tekstach polskich) przykłady

autorskich narracji dotyczących formalnej organizacji wyводу pisane z perspektywy 'ja', np. przykład 12:

- (12) Ponieważ pol. 'kieszeń(a)' było dotąd objaśniane jako wyraz rodzimy, pochodzenia słowiańskiego, **zatrzymam się** najpierw przy krytyce słowiańskiej etymologii 'kieszeni'. (Smoczyński 1985)

4.3.3.2. Ekskluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej

Ekskluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej, podobnie jak zaimki 1. osoby liczby pojedynczej, są najczęściej stosowane w funkcji *autor jako narrator procesu badawczego*. Uprzywilejowana pozycja tej funkcji we wszystkich podkorpusach i we wszystkich analizowanych rocznikach może świadczyć, że jest to funkcja o charakterze uniwersalnym w dyskursie naukowym. Warto zauważyć, że autorzy polscy preferują w tej funkcji zaimki liczby mnogiej, zarówno inkluzywne, jak i ekskluzywne, niezależnie od wybranego języka publikacji, autorzy anglosascy natomiast preferują formy liczby pojedynczej, co może świadczyć o kulturowych uwarunkowaniach sposobu postrzegania procesów badawczych w dyskursie: odpowiednio, jako czynności wspólnie wykonywanych przez autora i czytelnika, lub jako przedsięwzięcia indywidualnie realizowanego przez autora. Różnice w udziałach obu form w poszczególnych podkorpusach są jednak z reguły niewielkie, aby mówić o powszechnych tendencjach w tym zakresie.

Druga najczęściej stosowana funkcja ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej to *autor jako twórca*. Podkorpusy, w których obecność tej funkcji jest szczególnie wyraźna, pokrywają się z podkorpusami, w których ta funkcja była gramatyzowana w formach liczby pojedynczej (ENG_ENG 1985, $f = 45,6\%$; PL_ENG 1985, $f = 37\%$). Wysokie wyniki obliczone dla całego korpusu również wynikają z ponadprzeciętnych wskaź-

ników w pojedynczych tekstach: Gundel (ENG_ENG 1985; funkcja *autor jako twórca* = 67% wszystkich ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej), oraz Szymanek (PL_ENG 1985, $f = 46,3\%$). Podobnie jak w przypadku artykułów wyróżniających się wysokim udziałem zaimków 1. osoby liczby pojedynczej w funkcji *autor jako twórca* (Fairclough 1985, Janicki 1985, Thomas 1985), również oba wymienione tutaj artykuły można uznać za artykuły programowe, postulujące nowe teorie i podejścia: Gundel (1985) w zakresie gramatyki kognitywnej, Szymanek (1985) w zakresie morfologii (krytyka tradycyjnych podejść generatywnych jest punktem wyjścia do zaproponowania autorskiego modelu kategorialno-leksykalnego).

Dość licznie występują również ekskluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej w funkcjach metadyskursywnych: *autor jako architekt* i *autor jako przewodnik*. Pierwsza z wymienionych funkcji jest jednak częściej gramatyzowana w formach liczby pojedynczej niż mnogiej, niezależnie od zmiennych językowych, kulturowych i historycznych. Można więc założyć, że ten sposób prezentacji organizacji tekstu przez autora, tj. struktury tworzonej w czasie rzeczywistym, jest pewną uniwersalną cechą stylistyczną tekstów naukowych.

Zaimki 1. osoby liczby mnogiej użyte w funkcji *autor jako przewodnik* były zazwyczaj anotowane podwójnie, jako ekskluzywne/inkluzywne, z uwagi na często niejasny zakres referencji. Prototypowo będzie to referencja inkluzywna, obejmująca autora (przewodnika) i czytelnika (osobę prowadzoną / widza), jednakże nie można wykluczyć, że w niektórych przypadkach intencją autora jest przypisanie obu ról sobie. Obie interpretacje są dopuszczalne w przykładzie (13):

- (13) Rozważania powyższe doprowadziły **nas** do dychotomicznego podziału grup społecznych, przyjętego od dawna w naukach społecznych. (Dunaj 1985)

Obecność zaimków 1. osoby liczby mnogiej w funkcji *autor jako przewodnik* jest również zależna od zmiennych językowych i kulturowych: występują one częściej w tekstach napisanych w języku angielskim niż polskim, a w tej pierwszej grupie – częściej w tekstach pisanych przez autorów anglosaskich niż polskich. Obserwacje te potwierdzają tradycyjnie utożsamianą z anglosaskim dyskursem naukowym dbałość o stronę formalną tekstu i jego przejrzystą, sygnalizowaną na poziomie tekstu strukturę (*reader-friendliness*) (Duszak 1998).

Z uwagi na niejasny zakres referencji trudno jest również jednoznacznie ocenić udział ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej w funkcji *autor jako przedstawiciel ogółu*. Chociaż prototypowym zaimkiem jest tutaj forma inkluzywna, w niektórych kontekstach interpretacja wywodu dopuszcza możliwość przyjęcia perspektywy ekskluzywnej. Przykładem jest fragment (14), gdzie brak bliższych danych metatekstowych pozwala rozumieć omawiane przez autorkę problemy metodologiczne albo jako problemy dotyczące jej własnej pracy (referencja ekskluzywna), albo jako problemy istotne dla wszystkich badaczy w danej dziedzinie wiedzy (referencja inkluzywna).

- (14) [W]e have no direct ways to establish how far “upward” individual speakers expand a given network [...] through the process of abstraction (schematization), and in particular, whether they each extract a superschema having all other nodes as its direct or indirect instantiations. Neither do **we** know how far “downward” speakers spell out their networks into finer grained conceptions. (Górska 2000)

Wśród sporadycznie występujących funkcji ekskluzywnych zaimków 1. osoby liczby mnogiej należy wskazać funkcję *autor jako krytyk*, która częściej jest realizowana przez zaimki 1. osoby liczby pojedynczej niż formy liczby mnogiej. Przewagę form liczby pojedynczej w tej funkcji można wyjaśnić w odnie-

sieniu do powszechnej etykiety akademickiej, zgodnie z którą akt formułowania krytyki naukowej, zarówno pozytywnej, jak i negatywnej, wymaga identyfikacji źródła opinii oraz oddzielenia elementu oceny od ocenianej treści. Użycie form liczby mnogiej zaimków 1. osoby dla wprowadzenia własnych ocen krytycznych mogłyby wprowadzić więcej niejasności w polifonicznym wywodzie naukowym, i z tego prawdopodobnie powodu większość autorów posługuje się w tym kontekście formami liczby pojedynczej.

Marginalnie, w kilku tekstach z lat 1980 i 1985, pojawiają się ekskluzywne zaimki 1. osoby liczby mnogiej w funkcji *autor wcześniejszych prac*. Ich użycie w tym znaczeniu może wydawać się nazbyt pretensjonalne, por. przykład (15).

- (15) In Pogonowski (1979a) **we** considered a simple algebraic structure established on a particular language level. (Pogonowski 1980)

Podobny dysonans pragmatyczny wiązałby się z użyciem ekskluzywnej formy mnogiej, określanej również jako *pluralis maiestatis*, dla wyrażenia wdzięczności i podziękowań, co wiąże się z przyjęciem postawy pokory. W analizowanym korpusie zanotowałem tylko jeden przykład:

- (16) Dane te **zawdzięczamy** pracy Stanisława Hoppego. (Kempf 1985)

5. Wnioski

Celem przedstawionej analizy było zbadanie dystrybucji zaimków 1. osoby w polskich i anglojęzycznych artykułach naukowych z dziedziny lingwistyki, z uwzględnieniem podziału na formy liczby pojedynczej oraz formy ekskluzywne liczby mnogiej, jak również porównanie ich dystrybucji według wskazanych funkcji pragmatycznych. Podstawą przeprowadzenia analizy było zdefiniowanie podstawowej funkcji retorycznej

zaimków 1. osoby, tj. ujawnianie osoby autora w tekście, oraz opracowanie szczegółowej klasyfikacji funkcji pragmatycznych zaimków, która następnie została wykorzystana w analizie korpusowej.

Przedstawione wyniki analizy korpusowej dystrybucji zaimków 1. osoby w dyskursie artykułów naukowych polskich i anglosaskich z zakresu lingwistyki w okresie 1980-2000 wskazują na ogólną tendencją spadkową w ich użyciu. Tym samym współczesny dyskurs naukowy w dziedzinie lingwistyki może być – w sposobie prowadzenia wyводу – bliższy kartezjańskiemu modelowi nauki, w szczególności ze względu na aretoryczny charakter i obiektywizm. Stopniowe odejście od zaimków 1. osoby jest jednak rekompensowane większym udziałem zaimków w funkcjach o wysokim potencjale autopromocyjnym i potwierdzających status autora jako eksperta w danej dziedzinie (*krytyk, twórca, autor wcześniejszych prac*). Stosowanie zaimków w funkcjach o wysokim potencjale autopromocyjnym jest szczególnie ważne dla skutecznej argumentacji w dyscyplinach, gdzie kryterium naukowości wiedzy przyznawane jest w toku intersubiektywnych negocjacji. W kontekście nauki globalnej ich użycie staje się koniecznością z uwagi na wielkość konkurencji na rynku publikacji naukowych.

W perspektywie językowo-kulturowej wzorce dystrybucji wykazują postępujące podobieństwo między dyskursami autorów polskich i anglosaskich piszących w języku angielskim, a następnie, od drugiej połowy lat 90-tych, ich podobieństwo z dyskursami autorów polskich piszących po polsku. Tym samym w zakresie analizowanych parametrów językowych potwierdza się hipoteza o konwergencji stylów naukowych w dobie globalizacji (Clyne 1994: 199; Duszak 1998: 310), co z kolei może spowodować konieczność zweryfikowania tradycyjnych podziałów na narodowe style naukowe proponowanych w pra-

cach z zakresu retoryki kontrastywnej w latach 70-tych i 80-tych (m.in. Clyne 1987a, b; Galtung 1985).

Wyniki analizy wskazują również na zależności między dystrybucją form liczby pojedynczej i liczby mnogiej a funkcjami pragmatycznymi zaimków. Przykładem jest funkcja *autor jako przewodnik* gramatyzowana prawie wyłącznie formami liczby mnogiej, lub funkcje *autor jako beneficjent* i *autor wcześniejszych prac* prawie wyłącznie wyrażane w formach liczby pojedynczej.

Ponadto wyróżniłem związki między celem i charakterem artykułu a dystrybucją zaimków 1. osoby w poszczególnych kategoriach pragmatycznych. Przykładem jest duży udział zaimków 1. osoby w funkcjach o największym potencjale autopromocyjnym (*autor jako krytyk, twórca, autor wcześniejszych prac*) w artykułach programowych i polemicznych publikowanych w okresie przejściowym między dotychczasowym paradygmatem wiedzy a negocjowanymi alternatywnymi paradygmatami.

Artykuły z korpusu cytowane w tekście artykułu

Bobrowski, I. 1995. „Czy kognitywizm jest naukowy? O lingwistyce kognitywnej z punktu widzenia dwudziestowiecznych koncepcji nauki”. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego* 51. 19-23.

Dunaj, B. 1985. „Sytuacja komunikacyjna a zróżnicowanie polszczyzny mówionej”. *Język Polski* 65 (2-3). 88-98.

Fairclough, N. 1985. „Critical and descriptive goals in discourse analysis”. *Journal of Pragmatics* 9. 739-763.

Fraser, B. 1980. „Conversational mitigation”. *Journal of Pragmatics* 4. 341-350.

- Furdal, A. 1980. „Zakres badań geografii lingwistycznej”. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego* 37. 73-80.
- Gabryś, D. 1990. „Introspection in second language learning research”. *Kwartalnik Neofilologiczny* 42 (3). 271-291.
- Gal, S. 1995. „Cultural bases of language use among German-speakers in Hungary”. *International Journal of the Sociology of Language* 111. 93-102.
- Górska, E. 2000. „What’s cognitive about cognitive grammar?”. *Kwartalnik Neofilologiczny* 47 (3). 269-279.
- Grucza, F. 1985. „Aspects of translation and translation theory”. *Kwartalnik Neofilologiczny* 32 (3). 259-276.
- Grzegorzczkova, R. 1995. „Jeszcze w sprawie ustalania granic jednostki leksykalnej”. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego* 51. 67-74.
- Heath, Ch. 1985. „The consultation’s end: the coordination of speech and body movement”. *International Journal of the Sociology of Language* 51. 27-42.
- Janicki, K. 1985. „On the tenability of the notion ‘pragmatic equivalence’ in contrastive analysis”. *Poznań Studies in Contemporary Linguistics* 20. 19-25.
- Karamańska, M. 1990. „Słownictwo aktorskie”. *Język Polski* 70 (3-4). 88-100.
- Kempf, Z. (1985) „Wyrazy ‘gorsze’ dotyczące zwierząt”. *Język Polski* 65 (2-3). 125-144.
- Kielkiewicz-Janowiak, A. 1995. „Sociolinguistics and the komputer pronominal address in Shakespeare”, *Studia Anglica Posnaniensia* 29. 49-55.
- Mańczak, W. 1995. „The original homeland of the Indo-Europeans”. *Lingua Posnaniensis* 36. 135-143.

- Moroz, A. 2000. „Zdanie proste konstituowane przez współrzedną grupę finitywną a zdanie złożone”, *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, 56. 79-94.
- Pisarkowa, K. 1990. „Jeszcze Polska nie zginęła. Język a recepcja”. *Język Polski* 70 (1-2). 9-17.
- Pogonowski, J. 1985. „Global properties of language levels”. *Studia Anglica Posnaniensia*, 11. 143-150.
- Prażmowski, S. 1985. „Składniowo-semantyczna klasyfikacja polskich zdań z podmiotem i orzecznikiem bezokolicznikowym”. *Język Polski* 65 (2-3). 115-125.
- Ramanathan, V. 1995. „Narrative well-formedness in Alzheimer’s discourse: An interactional examination across settings”. *Journal of Pragmatics* 23. 395-419.
- Rees-Miller, J. 2000. „Power, severity, and context in disagreement”. *Journal of Pragmatics* 32. 1087-1111.
- Rozwadowska, B. 1995. „Configurational hypothesis and Polish NPs”. *Poznań Studies in Contemporary Linguistics* 30. 131-144.
- Smoczyński, W. 1985. „Polono-Lituanica. Pol. ‚kieszeń(a)’, błr. ‚kiseń(a)’ a litewskie ‚śene’”. *Język Polski* 65 (2-3). 148-158.
- Thomas, J. 1985. „The language of power: Towards a dynamic pragmatics”. *Journal of Pragmatics* 9. 765-783.
- van Valin, R. D. 1980. „Meaning and interpretation”. *Journal of Pragmatics* 4. 213-231.

Bibliografia

- Bazerman, C. 1984. „Modern evolution of the experimental report in physics: Spectroscopic articles in *Physical Review*, 1893-1980”. *Social Studies in Science* 14 (2). 163-196.

- Clark, R. 1992. „Principles and practice of CLA in the classroom”. W: *Critical language awareness*. Red. N. Fairclough. Londyn: Longman. 117-140.
- Clyne, M. 1987a. „Discourse structures and discourse expectations: implications for Anglo-German academic communication in English”. W: *Discourse across Cultures. Strategies in Englishes*. Red. L. Smith. Nowy Jork: Prentice Hall. 73-84.
- Clyne, M. 1987b. „Cultural differences in the organization of academic texts”. *Journal of Pragmatics* 11. 211-247.
- Clyne, M. 1994. *Inter-cultural communication at work. Cultural values in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duszak, A. 1998. *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*. Warszawa: PWN.
- Galtung, J. 1985. „Struktur, Kultur und intellektueller Stil“. W: *Das Fremde und das Eigene*. Red. A. Wierlacher. Monachium: Iudicum. 151-193.
- Goćkowski, J. 1999. *Uniwersytet i tradycja w nauce*. Kraków: Secesja.
- Hall, E. 1976. *Beyond Culture*. Garden City: Anchor Press.
- Halliday, M. A. K. (1985) 1994. *An introduction to functional grammar* (2nd ed.). London: Edward Arnold.
- Harwood, N. 2005a. „We do not seem to have a theory... The theory I present here attempts to fill this gap: Inclusive and exclusive pronouns in academic writing”. *Applied Linguistics* 26 (3). 343-375.
- Harwood, N. 2005b. „Nowhere has anyone attempted ... In this article I aim to do just that A corpus-based study of self-promotional I and we in academic writing across four disciplines”. *Journal of Pragmatics* 37. 1207-1231.

- Harwood, N. 2005c. „*I hoped to counteract the memory problem, but I made no impact whatsoever*: Discussing methods in computing science using I”. *English for Specific Purposes* 24. 243-267.
- Hyland, K. 2001. „Humble servants of the discipline? Self-mention in research articles”, *English for Specific Purposes* 20. 207-226.
- Hyland, K. 2002. „Authority and invisibility: Authorial identity in academic writing”. *Journal of Pragmatics* 34. 1091-1112.
- Ivanič, R. 1998. *Writing and Identity. The Discoursal Construction of Identity in Academic Writing*. Amsterdam: John Benjamins.
- Kowalski, G. 2014. “Positive Self-Evaluation and Negative Other-Evaluation in NSs’ and NNSs’ Scientific Discourse”. W: *Occupying Niches: Interculturality, Cross-culturality and Acultrality in Academic Research*. Red. A. Łyda i K. Warchał. Cham: Springer International Publishing. 47-63.
- Kowalski, G. 2015. *Claim-making and Claim-challenging in English and Polish Linguistic Discourses*, Frankfurt: Peter Lang.
- Kuo, C.-H. 1999. „The use of personal pronouns: Role relationships in scientific journal articles”. *English for Specific Purposes* 18 (2). 121–138.
- Scollon, R. Scollon S. W. 1995. *Intercultural Communication: A Discourse Approach*. Oxford: Blackwell.
- Tang, R. i S. John. 1999. „The ‘I’ in identity: Exploring writer identity in student academic writing through the first person pronoun”. *English for Specific Purposes* 18. 23-29.
- Vassileva, I. 1998. „Who am I/who are we in academic writing? A contrastive analysis of authorial presence in English, German, French, Russian and Bulgarian”. *International Journal of Applied Linguistics* 8 (2). 163-190.

Mechanizmy retoryczne w popularyzacji naukowej

Ewa Tarasek

Scuola Dante

Streszczenie. Artykuł poświęcony jest analizie mechanizmów retorycznych w artykułach popularnonaukowych. Niniejsze studium pilotażowe opiera się na pięciu artykułach typu argumentacyjnego, zaczerpniętych z włoskiego czasopisma „Scienze”. Jego celem jest wyróżnienie preferowanych środków retorycznych, stosowanych przez dziennikarzy, aby przekonać czytelników-niespecjalistów do tez naukowych. Wykorzystując Nową Retorykę, zidentyfikowano pięć typów argumentów, najczęściej wykorzystywanych w tekstach popularyzatorskich. Częstotliwość ich użycia może sugerować, że są one uważane przez dziennikarzy za skuteczniejsze od innych w popularyzacji wiedzy naukowej.

Słowa kluczowe: retoryka, nauka, popularyzacja naukowa, argumentacja, Nowa Retoryka, Perelman, Olbrechts-Tyteca

Rhetoric mechanisms in scientific popularization

Abstract. The paper concentrates on the analysis of rhetorical mechanisms in scientific popularization texts. The pilot study is based on five argumentative articles, stemming from the Italian “Scienze” magazine. Its goal is to reveal preferred rhetorical means used by journalists to convince a non-specialist readership to the scientific claims. Adopting the New Rhetoric framework, five most frequent types of arguments have been identified in the popularization texts. Their frequency could suggest that these rhetorical means are regarded by journalists as more efficient than others in the popularization of scientific knowledge.

Key words: *rhetoric, science, popularization of science, argumentation, New Rhetoric, Perelman, Olbrechts-Tyteca*

1. Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest analiza wybranych mechanizmów retorycznych w artykułach popularnonaukowych. W tekście zostanie pokazane, w jaki sposób hipotezy, formułowane w dyskursie specjalistycznym, zostają przedstawione w artykułach popularnonaukowych tak, aby uczynić je zrozumiałymi i przekonującymi dla czytelników-niespecjalistów.

Omawiane tendencje retoryczne wyróżnione zostały na podstawie badania pilotażowego korpusu pięciu tekstów artykułów, zamieszczonych we włoskiej wersji (zatytułowanej *Scienze*) najstarszego i cieszącego się dużym prestiżem czasopisma popularnonaukowego *Scientific American*. Wszystkie cytowane fragmenty zostały przetłumaczone na polski przeze mnie. Badane teksty mają charakter argumentacyjny; napisane zostały przez naukowców i mają na celu przekonanie czytelników do tez autorów.

W analizie zastosowano teorię i metodologię Nowej Retoryki (Perelman i Olbrechts-Tyteca [1958] 2001), przełomową w odrodzeniu retoryki, między innymi ze względu na oryginalną klasyfikację mechanizmów retorycznych. W ramach Nowej Retoryki wyróżniono ponad sto schematów argumentów. Poniżej zostaną przedstawione schematy najczęstsze w badanym korpusie artykułów popularnonaukowych: argumenty sprowadzające do absurdu, argumenty przez podział, argumenty oparte na związku następstwa (ze szczególnym uwzględnieniem argumentu pragmatycznego) oraz argumenty z autorytetu. Jak można przypuszczać, są to schematy, które autorzy artykułów uważają za najbardziej przydatne w przekonywaniu zaintereso-

wanych laików do hipotez naukowych. Wspomniane będą także argumenty pojawiające się rzadziej w korpusie.

2. Popularyzacja naukowa

Rola popularyzacji naukowej w dzisiejszym świecie wynika z pogłębiającego się dystansu między specjalistyczną wiedzą teoretyczną a codziennym doświadczeniem. Najważniejsze zagadnienie popularyzacji, obecne w wielu badaniach, zostało sformułowane krótko przez Piekota (2002: 40): pytanie dzisiaj to nie *co* popularyzować, ale *jak* przekazywać specjalistyczną wiedzę naukową, by przekaz nie stracił zbyt wiele z oryginalnej myśli i logiki. Innymi słowy, jak skonstruować dobry tekst popularyzatorski.

Aby umożliwić dostęp do naukowego przekazu, jak wskazuje Gajda (1999: 14), używa się dwóch strategii: tłumaczenia języka naukowego na język codzienny lub nauczania języka naukowego. Ta druga strategia jest w praktyce niemożliwa do zastosowania, jeśli chodzi o szeroką publiczność. Strategia tłumaczenia jest jednak równie trudna, jeśli weźmiemy pod uwagę ryzyko, jakie niesie ze sobą tego typu tłumaczenie. W każdym tłumaczeniu coś się traci; problemem może być także sytuacja odwrotna, w której za wiele do przekazu zostaje dodane (Donghi 2006: 49).

Donghi (2006: 56) zauważa jednak, że przekładanie treści artykułu naukowego na artykuł popularnonaukowy przypomina raczej adaptację, którą autor rozumie jako zajęcie pozycji krytycznej. Również Piekot (2002: 41) i Starzec (2002: 25) ujmują popularyzację naukową jako adaptację dyskursu naukowego do zmienionych warunków komunikacyjnych. Tego rodzaju adaptacja nie jest łatwa. Pokazują to m.in. badania Starzec (2002:

29), która podkreśla, że artykuły w jej korpusie są bardzo różnorodne pod względem formy językowej. Niełatwo połączyć wysoki naukowy poziom merytoryczny z prostotą języka.

3. Nowa Retoryka a strategie perswazji

Teksty naukowe, jak wskazuje Dardano (2005: 104), mogą mieć zarówno charakter informacyjny, jak i argumentacyjny. Łatwo sobie zatem wyobrazić, że adaptacja dyskursu komplikuje się, gdy oprócz przekazania wiadomości autor chce przekonać czytelnika do swoich hipotez: dochodzi bowiem kwestia odpowiedniej argumentacji, stosownej dla niespecjalistów. Argumentacja musi być przekonująca dla laika. Istotne jest tu dopasowanie się do audytorium, zaś kwestia ta jest zagadnieniem centralnym Nowej Retoryki.

Nowa Retoryka jest złożoną teorią argumentacji, zaprezentowaną w książce zatytułowanej *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique* ([1958] 2002), autorstwa Chaima Perelmana i Lucie Olbrechts-Tyteki (w dalszej części tekstu omawianej jako *Traktat*). Wpływ książki na odnowę retoryki był tak duży, że datę jej publikacji częstokroć utożsamia się z datą odrodzenia retoryki. Ograniczmy się tu do zacytowania dwóch opinii, które wydają się reprezentatywne: Mortara Garavelli (1992: 7) definiuje *Traktat* jako dzieło oznaczające odrodzenie retoryki, natomiast Vasoli (1975: 19) podkreśla fakt, że aktualna dyskusja na temat retoryki jest nadal ściśle powiązana z propozycjami Perelmana (i, można dodać, Olbrechts-Tyteki).

Perelman i Olbrechts-Tyteca (2001: 3) zwracają uwagę na fakt, że publikacja traktatu poświęconego argumentacji oraz podjęcie w nim antycznej tradycji greckiej retoryki i dialektyki stanowią rozłam z kartezjańską koncepcją rozumu i rozumowa-

nia. Koncepcja Kartezjusza odcisnęła ślad na zachodniej filozofii trzech następnych wieków. Dla Kartezjusza znakiem słuszności rozumowania była pewność. Z punktu widzenia autorów *Traktatu*, jak podkreśla Ellero (1997: 24), utożsamienie prawdy z pewnością jest niesłuszne. Dla Perelmana i Olbrechts-Tyteki prawda nie jest oczywista, lecz musi być uargumentowana. Pokrywa się to ze współczesną wizją nauki. Jeżeli przeciwstawia się dowodzenie (w rozumieniu kartezjańskim) argumentowaniu, a naukowość zostaje zrównana z możliwością udowodnienia, wydaje się niewłaściwe mówienie o “argumentacji w nauce” (Cattani 1994: 133).

Konflikt ten jest projekcją opozycji między parami: retoryka i logika, retoryka i nauka. Nauka bywa przedstawiana jako ogół prawdziwych twierdzeń na temat świata. Z tego punktu widzenia nie istniałby żaden związek między nauką a perswazją (Rossi 1986: 29). Jednak Perelman (1979: 18) podkreśla fakt, że wizja nauki jako obiektywnej prawdy, istniejącej poza czasem, jest nie do utrzymania. Wraz z kryzysem neopozytywistycznej wizji świata rozpoczął się kryzys całej serii tez (Rossi 1986: 32-34). Dzisiaj jasne jest, że nauka nie zawsze jest kumulacyjna, że często nie istnieje jasna linia pozwalająca rozdzielić fakty od teorii albo fakty i teorie naukowe o strukturze dedukcyjnej od wszelkich innych typów wiedzy. Analiza logiczna wiedzy naukowej oraz badania historyczne dotyczące tej wiedzy są zawsze ściśle połączone. Nauka nie przedstawia się już jako piramida twierdzeń. Nawet jeśli w pewnych epokach i w pewnych dyscyplinach można dotrzeć do pewnej jednomyślności, to nie jednak nie gwarantuje, że ona przetrwa (Perelman 2004: 178). Z punktu widzenia Perelmana zatem nauka jest ludzka i omylna, a nowe idee muszą być prezentowane, broniące i oceniane w relewantny sposób (Ornatowski 2006: 22).

Traktat opisuje ponad sto schematów argumentacyjnych, mogących służyć tym celom. Poniżej zostaną omówione te, które pojawiały się najczęściej w badanym korpusie, a zatem – jak można przypuszczać – uważane są przez autorów artykułów za najbardziej przekonujące dla niespecjalistów.

4. Argumenty przez absurd

Z argumentacją przez absurd mamy do czynienia wtedy, gdy mówca, w celu pokazania słuszności swojej tezy, na moment zakłada prawdziwość tezy przeciwników, a następnie rozwija jej konsekwencje aż do chwili, w którym okaże się ona absurdem. W korpusie odnaleziono taki schemat dziewięciokrotnie.

W badanych artykułach popularnonaukowych przybierał on formę, którą można sprowadzić generalnie do stwierdzenia: Gdyby prawdziwa była teza dotychczas obowiązująca, to lub tanto byłoby inne niż to, co wynika z badań, zatem prowadziłoby do absurdalnego w swej istocie paradoksu. I tak na przykład w tekście, którego tezę stanowi stwierdzenie, że to chaos w chromosomie jest bezpośrednią przyczyną i główną siłą sprawczą nowotworu, zastosowano następujący argument:

- (1) Ryzyko nowotworu wzrasta wraz z wiekiem. [...] Ale teoria według której u źródeł raka leży mutacja genu przewiduje, że choroba byłaby raczej powszechna u noworodków.

Możemy łatwo wyrazić to samo poprzez stwierdzenie: Jeśli prawdziwa byłaby teza, według której u źródeł raka leży mutacja genu, nowotwór byłby powszechny raczej u noworodków. Skoro tak nie jest, gdyż ryzyko nowotworu wzrasta wraz z wiekiem, zatem ta teza jest absurdalna.

Podobnie w artykule, którego tezę stanowi stwierdzenie, iż Wszechświat zaczął się „Wielkim Skokiem” (*Big Bounce*), odnajdujemy argument:

- (2) We wszelkich systemach fizycznych nieład narasta. To prawo, drugie prawo termodynamiki, jest argumentem przeciw wiecznemu Wszechświatowi. Gdyby porządek malał w ciągu nieskończonego czasu, dziś Wszechświat powinien być tak nieuporządkowany, że niemożliwe byłoby istnienie struktur, które obserwujemy w galaktykach i na Ziemi.

I w tym przypadku można wyrazić tę samą treść sprowadziwszy ją do schematu: Jeżeli prawdziwa byłaby dotychczas obowiązująca teoria (w tym przypadku teoria relatywizmu), dziś Wszechświat powinien być tak nieuporządkowany, że niemożliwe byłoby istnienie struktur, które obserwujemy w galaktykach i na Ziemi.

Należy podkreślić fakt, że argumentacja przez absurd jest możliwa tylko wówczas, gdy istnieje teza inna niż ta, do której przekonuje nas autor artykułu i gdy teza ta jest przedstawiana jako jedyna alternatywa wobec tezy proponowanej (zazwyczaj dzięki przemilczeniu innych). Sukces tej argumentacji zatem jest możliwy tylko, gdy czytelnicy-niespecjaliści nie zdają sobie sprawy z istnienia innych możliwych tez. W tym sensie, każda argumentacja przez absurd może być jednocześnie kategoryzowana jako argumentacja przez podział.

5. Argumentacja przez podział

Argumentacja przez podział ma na celu pokazanie, że teza dotychczas obowiązująca jest błędna, jednocześnie sugerując, że z jej wykluczenia wynika słuszność tezy prezentowanej w artykule, nawet gdy obie tezy formalnie nie są przeciwstawne.

Wychodząc od teorii i od korpusu, strukturę argumentu przez podział można sprowadzić do schematu: Jako, że dotychczas obowiązująca teoria ma pewne wady, prawdziwa musi być propozycja, do której przekonuje autor artykułu. Schemat ten widać w poniższym przykładzie:

- (3) Podczas gdy teoria relatywizmu nie jest w stanie sprostać próbie osobliwości, teoria grawitacji pętlowej jest w stanie podolać także temu ekstremalnemu stanowi.

W niektórych przypadkach schemat ten nie jest łatwo dostrzegalny:

- (4) [Teza mówiąca o tym, że chaos w chromosomie jest bezpośrednią przyczyną i główną siłą sprawczą nowotworu, tłumaczyłaby także] dlaczego większość aneuploidalnych embrionów nie jest żywotna, a zatem dlaczego noworodki nie chorują na nowotwory, a rak nie jest dziedziczny.

Jednak i ten przykład można sprowadzić do schematu: Jako, że teoria dotychczas obowiązująca ma pewne wady (tj. nie tłumaczy, dlaczego większość aneuploidalnych embrionów nie jest żywotna, a zatem dlaczego noworodki nie chorują na nowotwory, a rak nie jest dziedziczny), prawdziwa musi być propozycja, do której przekonuje autor artykułu, ponieważ jest ona w stanie to wytłumaczyć.

Argument przez podział występuje w badanym korpusie najczęściej. Powodem może być fakt, że jest trudne, a często nawet praktycznie niemożliwe, zaproponowanie nowej teorii, bez wzmianki o tej dotychczas obowiązującej. Autorzy, często bezradni wobec przepaści dzielącej wiedzę ogólną laików od wiedzy specjalistycznej naukowców, zamiast tłumaczyć i argumentować niespecjalistom nową tezę, wolą się skoncentrować na ukazaniu wad koncepcji dotychczas obowiązującej.

6. Argumenty oparte na związku następstwa

Innym szczególnie chętnie wykorzystywanym przez autorów artykułów popularnonaukowych wzorcem argumentacyjnym jest schemat oparty na związku następstwa. Analiza wykazała, że są to argumenty dwojakiego rodzaju.

Mogą być one oparte na schemacie: jeżeli jest/będzie spełniona teza artykułu, zostanie osiągnięty pewien skutek. Argument tego typu odnajdujemy na przykład w artykule, którego tezą jest stwierdzenie, że aby zredukować ilość blackoutów potrzeba inteligentnej sieci elektrycznej:

- (5) Sieć tego typu, poza tym, poprawiłaby wydajność transmisji energii, pozwalając zaoszczędzić miliony dolarów spółkom oraz użytkownikom podczas rutynowych działań.

Wśród argumentów opartych na związku następstwa Nowa Retoryka wyróżnia szczególnie podtyp, jakim są argumenty pragmatyczne. Argumenty pragmatyczne nie tylko pozwalają na ocenę działania czy wydarzenia poprzez jego konsekwencje, lecz także pozwalają na przejście od jednego porządku wartości do innego. W badanym korpusie odnaleziono ich piętnaście. Szczególnie interesujący i wart zacytowania wydaje się jeden z nich:

- (6) Aby zrozumieć, co się dzieje w osobliwości, gdzie grawitacja jest silna, konstrukcja grawitacji pętlowej jest bardziej użyteczna [niż inne teorie].

Dzięki temu argumentowi, czytelnik-laik nie tylko jest przekonywany do tezy autora, ale też przybliża się do współcześnie lansowanej wizji nauki, która odeszła już od modelu kartezjańskiego: zgodnie z nią, nie istnieje już jedna prawda obiektywna, lecz jedynie pewne mniej lub bardziej *użyteczne* konstrukcje – interpretacje rzeczywistości. Korpus przeanalizowany na potrzeby artykułu zawiera dwadzieścia pięć argumentów opartych na związku następstwa.

7. Argumenty z autorytetu

W Nowej Retoryce argument z autorytetu charakteryzuje się wykorzystaniem działania lub opinii cenionych osób lub grup jako dowodów na prawdziwość danej tezy. Może się zdarzyć także, że autorytet jest bezosobowy (np. może nim być Biblia czy jakaś doktryna). Argumenty z autorytetu odnalezione w korpusie okazały się innego rodzaju, niż pierwotnie oczekiwano. Na osiem argumentów z autorytetu odnalezionych w korpusie, w zaledwie dwóch przypadkach autorytet wynika bowiem z wybitnych atrybutów osób czy grup, natomiast aż w sześciu przypadkach autorytet osób, na które autor się powołuje, nie wypływa z niezwyklej osobistej wiedzy czy zdolności:

- (7) Badając efekty aneuploidalności w nowotworach, nawet entuzjastyczni zwolennicy teorii onkogenicznej znaleźli dowody [potwierdzające tezę artykułu].

Argument (7) wspiera się na autorytecie „entuzjastycznych zwolenników” dotychczas obowiązującej teorii, odmiennej od proponowanej w referowanym artykule. Są to anonimowi naukowcy, opowiadający się za odmienną od proponowanej teorią, którzy zatem nie mają żadnego osobistego interesu w poparciu referowanych tez. Autor sugeruje, że chodzi o autorytet zarówno wynikający z profesji naukowca, jak i z jego uczciwości oraz obiektywności naukowej.

W innych argumentach autorytet bazuje raczej na ilości osób niż na jakości ich cech:

- (8) [...] [wskazują na to] także prace wielu innych badaczy.
- (9) Wielu badaczy znajduje dowody „nieprzypadkowych” aneuploidalności [...].

Autorytet związany jest w tym wypadku tylko z rolą badacza. „Inni badacze” nie zostają nawet wymienieni z nazwiska, na-

tomiast podkreślono, że jest ich „wielu”: jak się sugeruje, ilość badaczy przechodzi zatem w jakość reprezentowanego przez nich autorytetu.

8. Inne schematy

Inne argumenty relatywnie często pojawiające się w korpusie, to analogie (siedem przypadków), argumenty przez przykład (pięć przypadków), ilustracje (cztery przypadki), argumenty przez dysocjację pojęć (trzy przypadki). Znalezione także dwa argumenty odwołujące się do prawdopodobieństwa oraz po jednym argumentem odwołującym się do poświęcenia, marnotrawstwa i metafory. W korpusie nie ma natomiast zaświadczeń argumentów odwołujących się do tożsamości, przechodniości, związku symbolicznego czy argumentu podwójnej hierarchii, które – jak się wydaje – mogłyby z pożytkiem zostać wykorzystane w przedstawianiu laikom wiedzy specjalistycznej.

9. Podsumowanie

Analiza pilotażowego korpusu wykazała istnienie wyraźnych tendencji w doborze schematów argumentacyjnych, wykorzystywanych w celu przekonywania czytelników-niespecjalistów. Najczęściej pojawiają się argumenty wykorzystujące sprowadzenie do absurdu, wprowadzające podział, argumenty oparte na związkach współlistnienia oraz argumenty pragmatyczne, a także argumenty z autorytetu. Rzadziej pojawiały się: analogie, argumenty przez przykład, ilustracje, argumenty przez dysocjację pojęć, argumenty odwołujące się do prawdopodobieństwa. Trzy inne argumenty występowały okazjonalnie, po jednym razie; reszta nie została zaświadczona w korpusie. Jak można zatem

wnioskować na podstawie tego pilotażowego badania, w popularyzacji naukowej można się spodziewać pewnych charakterystycznych wzorców argumentacji. Nie wszystko, co dostępne w zasobie retoryki, jest równie chętnie wykorzystywane w popularyzacji naukowej.

Bibliografia

- Cattani, A. 1994. *Forme dell'argomentare*. Padova: Edizioni GB.
- Dardano, M. 2005. *Nuovo manualletto di linguistica italiana*. Bologna: Zanichelli editore.
- Donghi, P. 2006. *Sui generis: Temi e riflessioni sulla comunicazione della scienza*. Roma- Bari: Gius. Laterza & Figli
- Ellero, M. P. 1997. *Introduzione alla retorica*. Milano: Sansoni Editore.
- Gajda, S. 1999. „Współczesny polski dyskurs naukowy”. W: *Dyskurs naukowy-tradycja i zmiana*. Red. S. Gajda. Opole: Uniwersytet Opolski – Instytut Filologii Polskiej. 9-17.
- Mortara Garavelli, B. 1992. *Manuale di retorica*. Milano: Bompiani.
- Ornatowski, C. M. 2006. “Rhetoric of Science: Oxymoron or Tautology?”. *Forum Artis Rhetoricae*, (7), 8-35.
- Perelman, Ch. 1979. *The New Rhetoric and The Humanities: Essays on Rhetoric and its Applications*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company.
- Perelman, Ch. 2004. *Imperium retoryki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Perelman, Ch. i L. Olbrechts-Tyteca. 2001. *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*. Torino: Einaudi.

- Piekot, T. 2002. „Mechanizmy popularyzowania wiedzy naukowej”. W: *O trudnym łatwo: materiały sesji poświęconej popularyzacji nauki*. Red. J. Miodek i M. Zaśko-Zielińska. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 40-49.
- Rossi, P. 1986. “Scienza, Persuasione, Verità”. W: *Le ragioni della retorica: atti del Convegno ‘Retorica: verità, opinione, persuasione’*. Red. G. Fenocchio. Modena: Mucchi Editore. 29-45.
- Starzec, A. 2002. „Przemiany w popularyzacji prasowej”. W: *O trudnym łatwo: materiały sesji poświęconej popularyzacji nauki*. Red. J. Miodek i M. Zaśko-Zielińska, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 24-31.
- Vasoli, C. 1975. “La *nouvelle rhétorique* di Perelman”. W: *Attualità della retorica: atti del I convegno italo-tedesco*. Red. R. Baehr Rudolf *et al.* Padova: Liviana Editrice. 15-36.

Do kogo mówi ekspert?

Dynamika informacyjna wybranych tekstów z prasy polskiej i francuskiej

Agnieszka Kulczyńska

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. W artykule omówiono retoryczne aspekty stosowania określonych strategii informacyjnych w tekście prasowym. W tym celu porównano dynamikę informacyjną dwóch tekstów z polskiej i francuskiej prasy codziennej (*Gazeta Wyborcza* i *Le Monde*), poświęconych ogłoszeniu przez firmę Apple wprowadzenia na rynek jej nowego produktu – iPada – 27 stycznia 2010 roku. Uwzględniono trzy aspekty dynamiki informacyjnej: typy progresji tematycznej, gęstość informacyjną oraz zakładaną wiedzę odbiorcy. Przeprowadzona analiza pozwoliła stwierdzić, że polski dziennikarz stawia przed odbiorcami swojego tekstu zadanie o wiele trudniejsze niż dziennikarka francuska: polski artykuł ma większą gęstość informacyjną, a zakładana wiedza odbiorcy jest znacznie wyższa. Strategie zastosowane w odniesieniu do dynamiki informacyjnej mają swoje skutki na płaszczyźnie retorycznego funkcjonowania tekstu, mianowicie w ramach retorycznej kategorii *aptum*, czyli stosowności.

Słowa kluczowe: tekst prasowy, retoryka, analiza dyskursu, wiedza, dynamika informacji, progresja tematyczna, gęstość informacyjna, zakładana wiedza odbiorcy, język francuski, język polski

To whom does an expert speak? Information dynamics of selected texts from Polish and French press

Abstract. *The article discusses rhetorical aspects of applying certain information strategies in a press article. Information dynamics of two texts from Polish and French daily press (“Gazeta Wyborcza” and “Le Monde”) are compared with respect to these aspects. Both texts concern the announcement by Apple Inc. of the introduction of its new product, the iPad, to the market on 27th January 2010. Three aspects of information dynamics are considered in the analysis: types of thematic progression, information density and the assumed recipient knowledge. The analysis reveals that the Polish journalist presents his readers with a much more difficult task than the French journalist: information density in the Polish article is greater, and its author assumes his recipients to have a far higher level of familiarity with the topic. Strategies applied in reference to information dynamics have a bearing on the rhetorical functioning of the text, namely within the category of rhetorical aptum, i.e. appropriateness.*

Key words: *press texts, rhetoric, discourse analysis, knowledge, information dynamics, thematic progression, information density, assumed recipient knowledge, French, Polish*

1. Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest analiza porównawcza dynamiki informacyjnej dwóch tekstów z prasy codziennej – polskiej i francuskiej. Polskim tytułem jest „Gazeta Wyborcza” z 28.01.2010, a francuskim – dziennik „Le Monde” z 29.01.2010. Obydwa analizowane artykuły poświęcone zostały temu samemu wydarzeniu, a mianowicie ogłoszeniu przez szefa firmy Apple, Steve’a Jobsa, wprowadzenia na rynek najnowszego produktu tej firmy, iPada. Wydarzenie to miało miejsce 27 stycznia 2010.

Do przeprowadzenia systematycznego porównania tych dwóch tekstów skłoniły mnie odczucia towarzyszące ich lekturze. W przypadku artykułu z „Gazety Wyborczej” – który trafił w moje ręce jako pierwszy – dominującym uczuciem była bezradność. Interesowało mnie, czym jest iPad, ale lekturę polskie-

go artykułu zakończyłam z niewielkim przyrostem wiedzy. Natomiast lekturze artykułu z prasy francuskiej nie towarzyszyło uczucie frustracji, a moja potrzeba informacji została zaspokojona. Dwaj eksperci, w tym wypadku dziennikarze, przemówili do mnie na ten sam temat, lecz w sposób zupełnie odmienny.

Nowe technologie rozprzestrzeniają się tak szybko, że dziś wszyscy wiedzą, czym jest iPad. Jednak w styczniu 2010 roku było to urządzenie całkowicie nieznane i nie wiadomo było o nim nic. Stąd pragnienie zwrócenia się do eksperta – dziennikarza specjalizującego się w danej dziedzinie – w celu uzyskania informacji.

Analizowane artykuły zawierają liczne podobieństwa. Są niemal dokładnie tej samej długości (ok. 3500 znaków); opatrzone zostały zdjęciami przedstawiającymi to samo ujęcie i utrzymanymi w tej samej stylistyce; zbliżona jest też treść podpisów pod zdjęciami. Obydwa opublikowane zostały w działach gospodarczych swoich gazet, zaś gazety te należą do tzw. poważnych i liczących się dzienników. Autorami obu tekstów są dziennikarze młodego pokolenia, specjalizujący się w tematyce gospodarczej i medialnej.

Różnice między artykułami dostrzegalne są w m. in. nagłówkach. Polski tytuł „Tabliczka mnożenia zysków” kładzie nacisk na przewidywalną zyskowność przedsięwzięcia i posługuje się kalamburem. Tytuł francuski natomiast (*Avec l'iPad, Apple veut provoquer une nouvelle révolution électronique* ‘Za sprawą iPada Apple chce wywołać kolejną rewolucję elektroniczną’) kładzie nacisk na przewidywalną rewolucyjność przedsięwzięcia i ma charakter czysto informacyjny: nie posługuje się gramii słownymi – jeśli nie liczyć utartej metafory rewolucji.

W tekście francuskim tytuł jest makrostrukturalnym komunikatem, wiernie streszczającym treść artykułu. Za Dobrzyńską (2003: 58) można powiedzieć, że stanowi instrukcję metatek-

stową, przydatną podczas odtwarzania makrostruktury tekstu. W polskim artykule tytuł jest znacznie luźniej powiązany z informacyjną zawartością artykułu i stanowi przede wszystkim grę z czytelnikiem. Inna różnica: w polskim podtytule zwraca uwagę obecność nacechowanego, obarczonego konotacjami słowa „gadżet” („iPad – tak nazywa się najnowszy gadżet firmy Apple”). Francuski tekst stosuje w nagłówku wyłącznie słownictwo denotacyjne.

Kolejna różnica polega na nieobecności tekstowych elementów zewnętrznych w polskim artykule, podczas gdy artykuł francuski zamieszcza taki element w postaci ramki. Zawiera ona praktyczne informacje o nowym urządzeniu: o jego rozmiarach, zastosowaniach, cenie i dacie pojawienia się w sklepach. Informacje te są redundantne wobec informacji zawartych w korpusie tekstu.

Na tym jednak – jeśli chodzi o kanoniczną budowę tekstu prasowego – różnice się kończą. Być może informacyjność tekstu francuskiego jest nieco większa, gdyż nagłówek pozbawiony jest gier słownych i elementów konotacyjnych, a także dlatego, że podstawowe informacje zamieszczone są dodatkowo poza korpusem tekstu. Poza tym jednak analiza raczej potwierdza podobieństwo obu artykułów: obydwie zawierają tzw. *intrygujący* lid (terminu używam za Wojtak 2004), obydwie w poincie zawierają pytanie otwarte, obydwie udzielają w nagłówkach odpowiedzi na większość kanonicznych pytań dziennikarskich (Broucker 1995): „co, kto, gdzie, kiedy, jak, dlaczego, z jakim skutkiem zrobił”.

Przyczyn radykalnie odmiennej reakcji towarzyszącej lekturze należy więc, jak się wydaje, szukać gdzie indziej – być może w odmiennej dynamice informacyjnej obu tekstów. Prześledźmy następujące jej aspekty: progresję tematyczną, gęstość informacyjną i zakładaną wiedzę odbiorcy.

2. Analiza progresji tematycznej tekstów

Tradycyjnie wyróżnia się trzy typy progresji tematycznej: progresję opartą na temacie stałym, progresję linearną i progresję opartą na tematach derywowanych (np. Combettes i Tomassone 1988, Miczka 2013).

W przypadku progresji opartej na temacie stałym w poszczególnych zdaniach tekstu występuje ten sam temat T1, który rozwijają kolejne rematy R1, R2, R3 itd. Na przykład:

- (1) Nowe urządzenie Apple'a [T1] ma grubość 1,2 cm [R1], waży ok. 700 gramów [R2] i potrafi pracować 10 godzin na baterii [R3]. Ma od 16 do 64 GB pamięci [R4] (...). Z otoczeniem komunikuje się za pomocą bezprzewodowego łącza WiFi i Bluetooth [R5]. (GW l. 53-56).

Z kolei w przypadku progresji linearnej remat zdania poprzedzającego staje się tematem zdania następującego po nim. Na przykład:

- (2) Do czytania na iPadzie [T1] będzie służyć aplikacja iBooks [R1], która [R1=T2] będzie też elektroniczną księgarnią konkurującą z Amazonem [R2]. (GW l. 88-91)

I wreszcie w przypadku progresji opartej na tematach derywowanych tematy poszczególnych zdań są derywowane z hipertematu. Na przykład:

- (3) Największe oczekiwania wobec iPada mieli *wydawcy książek i prasy* [R=Th]. Do tej pory *wydawcy książek* [T1] byli skazani na łaskę największego sklepu internetowego, Amazon.com (...). Również *spółki prasowe* [T2] chcą wierzyć, że dzięki iPadowi czytelnicy będą chętniej wydawać pieniądze na gazetę, której nie mogą dotknąć. (GW l. 69-98)

W praktyce autorzy tekstów stosują oczywiście progresję złożoną, to znaczy mieszają rozmaite typy progresji tematycznej. Niekiedy ma się też do czynienia ze zrywaniem progresji tema-

tycznej, czyli nagłym przejściem do innego tematu nie opartym o żaden z wymienionych powyżej mechanizmów.

1.1. Elementy występujące w funkcji tematu

Przyjrzyjmy się elementom występującym w obu analizowanych tekstach w funkcji tematu. W tekście francuskim – jeśli nie brać pod uwagę dwóch przypadków mowy przytaczanej – tylko sześć elementów występuje w funkcji tematu. Są to:

- T1 = Steve Jobs
- T2 = iPad
- T3 = Apple
- T4a = iPod
- T4b = iPhone (T4a i T4b są derywowane z hipertematu Th = “deux produits de rupture” – “dwa przełomowe produkty”)
- T5 = bogata oferta [Appstore]

Natomiast w tekście polskim w funkcji tematu (znowu – jeśli nie brać pod uwagę trzech przypadków mowy przytaczanej) występuje aż *siedemnaście* rozmaitych elementów¹. Są wśród nich – podobnie jak w tekście francuskim – tematy podstawowe dla omawianego wydarzenia, takie jak np. T11 = Apple lub T10 = iPad. Zauważmy jednak, że iPad pojawia się w funkcji tematu dopiero po dziewięciu innych elementach tematycznych. Uderzające jest też to, że w funkcji tematu występują tacy „aktorzy”, jak np. T5 = Jason Calacanis (założyciel blogu End-gadget), T9 = Terry Mc Graw (prezes wydawnictwa McGraw-Hill) czy T 20 = Martin Nisenholtz (wiceprezes NYT do spraw mediów). Wszyscy oni są z całą pewnością postaciami nietuzinkowymi, jednakże szczegółowe przytaczanie w tekście ich de-

1 Trzeba zaznaczyć, że trzy spośród tych przypadków związane są ze swobodnym szykiem w języku polskim, pozwalającym na uzyskanie efektu emfazy, np. „Podniecenia nie krył też (T7) Terry McGraw (R9)” GW l. 29

klaracji i zachowań nie jest raczej niezbędne, by poinformować czytelnika, czym jest iPad:

- (4) „Dobra, idę do łóżka z tabletem, by poczytać w nim New York Timesa i Vanity Fair. Steve Jobs prześcignął sam siebie, to najlepsze urządzenie, jakie widziałem” – ekscytował się wczoraj na Twitterze, tuż przed premierą, Jason Calacanis, założyciel m.in. blogu Endgadget (...) „(GW I. 14-21)

Funkcja tych aktorów polega raczej na zaświadczeniu, że mamy do czynienia z wydarzeniem istotnym i ekscytującym. Morfologicznie postaci te są dziennikarzowi niezbędne do zbudowania bardzo obszernego intrygującego lidu. Retorycznie zaś ich obecność stanowi rodzaj argumentu z autorytetu. Wprowadzając je tak licznie i poświęcając ich deklaracjom i zachowaniom tak wiele miejsca autor przekazuje czytelnikom komunikat: „Amerykańskie osobistości wpływowe w dziedzinie mediów ekscytują się iPadem, a więc i wy powinniście”.

Tego typu komunikat we francuskim tekście nie pada w ogóle. A raczej – francuska dziennikarka informuje, że mamy do czynienia z wydarzeniem istotnym i ekscytującym, ale robi to omawiając dwa poprzednie rewolucyjne produkty Apple’a (iPod i iPhone). Zamiast relacjonować emocjonalne reakcje „grubych ryb” ze świata mediów pokazuje, na czym polegał spowodowany przez wspomniane produkty przełom cywilizacyjny, wyjaśniając, że iPod spopularyzował kupowanie muzyki w Internecie, zaś iPhone przyczynił się do rozkwitu aplikacji mobilnych, takich jak GPS czy mobilne radio, telewizja itp.

1.2. Typy progresji tematycznej

Sprawdźmy, czy stosowane przez dwoje dziennikarzy typy progresji tematycznej różnią się od siebie. W obu tekstach dominuje progresja oparta na temacie stałym, a więc najłatwiejsza

i najbardziej przyjazna czytelnikowi – choć niosąca ryzyko monotonii. W tekście francuskim występuje ona 28, a w tekście polskim 36 razy. Stosowana jest przez oboje autorów zwłaszcza we fragmentach poświęconych charakterystyce iPada: jego wygląadowi, zastosowaniom, dostępności itp.

Nieco trudniejsza w odbiorze progresja linearna występuje w tekście francuskim 3, a w polskim 10 razy. Dziennikarze stosują tę progresję, by wprowadzić nowy temat, który następnie rozwijają w oparciu o progresję opartą na temacie stałym.

Najtrudniejszy w odbiorze typ – progresja oparta na tematach derywowanych – występuje w każdym z analizowanych tekstów tylko jeden raz. W tekście francuskim wspomniane „dwa przełomowe produkty” Apple’a stanowią hipertemat (Th) dwóch derywowanych podtematów: T4a = iPod oraz T4b = iPhone. Informacje, które rozwijają te podtematy, zawarte są w tym samym akapicie i dzieli je niewielka odległość: dwadzieścia sześć wyrazów. W tekście polskim progresja oparta na tematach derywowanych również występuje raz: hipertematem są „wydawcy książek i prasy”, którzy pojawiają się następnie jako derywowane podtematy „wydawcy książek”, a dalej jako „spółki prasowe”. Podtematy te dzieli jednak znacznie większa odległość: sto osiemnaście wyrazów. Odległość jest tak duża, że podtematy nie występują w tym samym, ani nawet w sąsiednich akapitach.

Z kolei zerwanie progresji tematycznej – będące zabiegiem utrudniającym odbiór tekstu i stanowiącym pewne wyzwanie dla czytelnika – następuje trzy razy w tekście francuskim, a dziesięć razy w tekście polskim.

Jak widać z analizy progresji tematycznej obu artykułów, autor polskiego tekstu – rozbudowując liczebność elementów występujących w funkcji tematu, częściej zrywając progresję

i zwiększając znacznie odległość pomiędzy tematami derywowanymi – stawia wyższe wymagania swojemu odbiorcy.

2. Analiza gęstości informacyjnej tekstów

Przedstawione powyżej dane, dotyczące liczby elementów występujących w funkcji tematu, odzwierciedlają również stopień zagęszczenia informacyjnego obu tekstów. Przypomnijmy, że tekst francuski wprowadza sześć, a tekst polski siedemnaście elementów pełniących rolę tematyczną. I dodajmy, że wprowadzone tematy rozwija w artykule francuskim trzydzieści jeden, zaś w artykule polskim – pięćdziesiąt osiem tematów. Gęstość informacyjna tekstu polskiego jest więc znacząco wyższa.

Natomiast składniowo to tekst francuski jest bardziej złożony. Przekonuje o tym zastosowanie czysto formalnego kryterium, jakim jest, w tekście o określonej długości, liczba *T-units* (inaczej mówiąc – liczba zdań, prostych lub złożonych, zakończonych kropką). O większej złożoności składniowej tekstu francuskiego świadczy fakt, że w jego korpusie jest takich jednostek dwadzieścia siedem, zaś w korpusie tekstu polskiego – czterdzieści jeden. Wolno więc sądzić, że dla przejrzystości informacyjnej tekstu ważniejsza jest raczej rezygnacja z zagęszczania tematycznego niż składniowego.

3. Analiza zakładanej wiedzy odbiorcy w obu tekstach

Zakładana wiedza odbiorcy – trzeci aspekt dynamiki informacyjnej tekstu – to wyobrażenie nadawcy (słuszne lub mylne) o tym, w jakim zakresie odbiorca podziela jego wiedzę, oraz

sposób, w jaki w swoim tekście przedstawia te elementy, których znajomość (lepszą, gorszą lub żadną) u odbiorcy zakłada.

Analizując zakładaną wiedzę odbiorcy, skoncentrujmy się na nazwach własnych oraz na nazwach odnoszących się do dziedziny nowych technologii i informatyki. Będzie nas interesowało, czy elementy te funkcjonują tekstowo jako *całkowicie nowe*, czy jako *dotychczas nieużywane* (terminów tych używam za: Combettes i Tomassone 1988).

Elementy *całkowicie nowe* to te, w odniesieniu do których nadawca zachowuje się tak, jakby zakładał, że odbiorca nie zna obiektu. To zachowanie nadawcy ma charakter językowy i może polegać na opatrzeniu danego elementu peryfrazą, przydawką rzeczowną lub zdaniem podrzędnym o charakterze przydawkowym. W przypadku elementów *dotychczas nieużywanych* (a jedynie, jak piszą Combettes i Tomassone, *reaktywowanych*), nadawca zachowuje się językowo tak, jakby zakładał u odbiorcy znajomość danego elementu i nie opatruje go żadnym elementem objaśniającym.

W tekście francuskim interesujących nas elementów, czyli terminów z dziedziny nowych technologii oraz nazw własnych jest w sumie szesnaście. Co uderzające, ani jeden z nich nie został przez autorkę potraktowany jako element *znany* już czytelnikowi, lecz *dotychczas niewystępujący* i wymagający jedynie *reaktywacji*. Wszystkim szesnastu elementom towarzyszy jakiś element objaśniający. Zazwyczaj jest to przydawka orzekająca, np.

- (6) AppStore, *le magasin d'applications de l'iPhone* ('AppStore, sklep z aplikacjami dla iPhone'a') (LM I. 14-15)

lub zdanie podrzędne o charakterze przydawkowym:

- (7) *un mini-ordinateur*>, *cette catégorie apparue sur le marché il y a deux ans et qui fait aujourd'hui un tabac* (= '<netbook>, który pojawił się na rynku dwa lata temu i cieszy się wielkim powodzeniem') (LM I. 85-88).

Innymi słowy, wszystkie analizowane elementy traktowane są jako *całkowicie nowe*. Autorka artykułu – opublikowanego we francuskim dzienniku przeznaczonym, jak wiadomo, dla wymagających czytelników – zachowuje się tak, jakby u swych odbiorców zakładała wiedzę równą zeru.

Dodatkowo we francuskim tekście zwraca uwagę pewien zabieg interpunkcyjny pełniący ciekawą funkcję z punktu widzenia dynamiki informacyjnej. Chodzi o obecność cudzośłów, które towarzyszą niektórym elementom z dziedziny informatyki. Ujęte w cudzośłów zostały wyrazy „*liseuse*” (czytnik), „*magasin d'applications*” (sklep z aplikacjami) oraz „*mini-ordinateur*” (netbook). Cudzośłowy te wydają się być rodzajem kurtuazji wobec czytelnika: sygnalizują mu, że dany termin może – i ma prawo – być mu nieznany. Zaś znaczenie tych terminów zostanie mu objaśnione przy pomocy jednego z zabiegów, o których była już mowa.

Przejdźmy do tekstu polskiego. Elementów, które nas interesują, to jest nazw własnych i nazw z dziedziny nowych technologii, jest w nim niemal dwukrotnie więcej niż w tekście francuskim, bo w sumie trzydzieści. Znaczna ich liczba jest przez autora artykułu traktowana jako elementy *całkowicie nowe*. Jesteśmy więc skrupulatnie informowani, kim są Simon Silvester („Simon Silvester z londyńskiego biura Young&Rubicam”) czy wspomniany już Jason Calacan („założyciel blogu Endgadget”). Czytelnikowi zainteresowanemu iPadem wiedza tego rodzaju potrzebna jest jednak w stopniu umiarkowanym. Autor dostarcza informacji zbędnej, zagęszczając przy tym tekst w stopniu, o którym była już mowa.

Natomiast w odniesieniu do niektórych nazw własnych i rzeczowników z dziedziny nowych technologii polski dziennikarz stosuje strategię: element *dotychczas nieużywany*, czyli zachowuje się tak, jakby element ten był odbiorcy znany i jakby

wystarczyło go tylko *reaktywować*. Strategia ta dotyczy dzie-
więciu elementów. Są wśród nich:

- Twitter („...ekscytował się wczoraj na Twitterze Jason Calacanis”, GW l. 18-19)
- iPhone („[iPad] wygląda jak przerośnięty iPhone”, GW l. 40-41)
- modem 3G („niektóre modele będą też miały wbudowany modem ko-
mórkowy 3G”, GW l. 59-61)
- simlock („[iPad] sprzedawany będzie bez simlocka” GW l. 65-66).

Polski autor znacznie wyżej ceni więc rozeznanie swoich czytelników w dziedzinie technologii telekomunikacyjnych niż dziennikarka francuska. Nie trzeba chyba wspominać, że w polskim tekście w ogóle nie występują cudzysłowy w funkcji, o której była mowa powyżej – kurtuazyjnego sygnalizowania czytelnikowi, że ma do czynienia z terminem specjalistycznym, którego może i ma prawo nie znać.

4. Wnioski

Wnioski trzeba z powyższej analizy wyprowadzać bardzo ostrożnie, gdyż ogranicza się ona do zaledwie dwóch tekstów. Jednak wolno postawić pytanie – i w przyszłości szukać odpowiedzi na bardziej obszernym materiale – w jakiej mierze teksty prasowe o charakterze informacyjnym odpowiadają temu, co Duszak (1998) określa mianem tekstu naturalnego, czyli takiego, który uwzględnia oczekiwania uczestników komunikacji językowej i jest dostosowany do semiotyczno-kognitywnych uwarunkowań tejże.

Należałoby sprawdzić, czy autorzy tekstów prasowych nie mają skłonności do niekontrolowanego i niecelowego zagęszczania informacji, do stosowania mało przyjaznych czytelnikowi typów progresji tematycznej oraz do przeceniania zakładanej

wiedzy odbiorcy (a także do stosowania kodu ograniczonego i nadmiernie rozbudowanej wielogłosowości, o czym w niniejszym studium nie było mowy, choć analizowany polski artykuł dostarcza na nie przykładów).

Innymi słowy, należałoby sprawdzić, jak wygląda w praktyce dziennikarskiej – wówczas, gdy dziennikarz pełni rolę eksperta wprowadzającego czytelnika w dziedzinę, o której ten może nie wiedzieć nic lub wiedzieć mało – przestrzeganie kardynalnej zasady retorycznej, a mianowicie zasady stosowności, zwanej potocznie „taktem retorycznym”, a odnoszącej się do „zgody między sposobami wygłoszenia mowy a możliwościami jej odbioru przez słuchacza w zestawieniu z różnymi okolicznościami czasu i miejsca” (Korolko 1998: 55).

Bibliografia

- Broucker (de), J. 1995. *Pratiques de l'information et écritures journalistiques*. Paris: Editions du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes.
- Combettes, B., Tomassone, R. 1988. *Le texte informatif, aspects linguistiques*. Bruxelles: Du Boeck Université.
- Duszak, A. 1998. *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*. Warszawa: PWN.
- Korolko, M. 1998. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Miczka, E. 2013. *Les structures informationnelles globales du discours*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wojtak, M. 2004. *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwa UMCS.

Przypadki retorycznie istotnych zmian redakcyjnych w tłumaczeniach publicystyki prasowej o tematyce gospodarczej

Tomasz Konik

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie. W artykule omawiane są dwa rodzaje retorycznie istotnych zmian redakcyjnych (skrótów i modyfikacji tekstowych) w polskich tłumaczeniach angielskich artykułów publicystycznych o tematyce gospodarczej. Pierwszy dotyczy fragmentów, w których pojawiają się odwołania do osobistych doświadczeń autora, bez związku z jego wiedzą specjalistyczną. Drugi bezpośrednio wiąże się z fragmentami wskazującymi na wiedzę ekonomiczną autora i jego status jako dyskursywnie sprawnego eksperta. Skrótów i modyfikacje tekstowe obu rodzajów mogą mieć niekorzystny wpływ na siłę oddziaływania tekstu – zwłaszcza w przypadku drugiego rodzaju zmian, związanych z percepcją kompetencji zawodowej autora i jego umiejętności przejrzystego przekazania wyników analizy ekonomicznej odbiorcom. Niewykluczone, że lekceważenie przez polskich tłumaczy i/lub redaktorów retorycznie istotnych fragmentów tekstu wynika z międzykulturowych różnic w komunikacji językowej, w tym komunikacji specjalistycznej i jej pochodnej formy, jaką jest publicystyka ekonomiczna.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza specjalistyczna, ekonomia, artykuły publicystyczne, redagowanie tekstu, modyfikacje, tłumaczenie, język angielski, język polski

Rhetorically relevant cases of editing modifications in translations of feature articles on economic issues

Abstract. *The paper discusses two kinds of rhetorically relevant cases of editing (textual cuts and modifications) in Polish translations of English feature articles on economic issues. The first kind relates to fragments in which reference to authors' personal experience is made, without recourse to their specialist knowledge. The second involves fragments that point to authors' economic knowledge and their status as discursively competent experts. Both kinds of textual cuts and modifications may have a negative impact on the persuasive power of a text; that is especially true for the second type of textual changes, linked to perceptions of the authors' professional competence and their ability to convey the results of economic analysis to the addressees in a clear way. It is possible that Polish translators and/or editors disregard rhetorically relevant text fragments due to cross-cultural differences in language communication, including specialist communication and its derivative, in the form of feature articles on economic issues.*

Key words: *rhetoric, specialist knowledge, economy, feature articles, text editing, modifications, translation, English, Polish*

1. Wprowadzenie

Publicystykę prasową o określonej specjalistycznej tematyce można uznać za rodzaj dyskursu łączącego cechy tekstów prasowych i tekstów specjalistycznych. Rzutuje to na sposób myślenia o przekładzie takich tekstów publicystycznych. Kiedy bowiem myśli się o tłumaczeniu tekstów specjalistycznych, z reguły istotne wydają się kwestie terminologiczne lub cechy stylistyczne charakterystyczne dla danego gatunku tekstowego lub danego języka. Mniej uwagi poświęca się z gruntu retorycznemu charakterowi wielu tekstów specjalistycznych, a przecież taki charakter można im przypisać – por. np. badania poświęcone retorycznym aspektom nauk humanistycznych i społecznych (np. Simons 1989), ścisłych i przyrodniczych (np. Gross 1990) oraz ekonomicznych (zob. przede wszystkim McCloskey

1985/1998, 1994). Dotyczy to chyba w jeszcze większym stopniu tych tekstów pisanych przez specjalistów, których odbiorcami mają być laicy, niespecjaliści. Zdarza się jednak, że fragmenty, w których tego rodzaju uwarunkowania odgrywają pierwszorzędą rolę, ulegają podczas tłumaczenia i obróbki redakcyjnej tekstu znacznym modyfikacjom lub są w ogóle pomijane.

Zmiany redakcyjne, w tym skróty i modyfikacje tekstowe, są oczywiście nieodłączną częścią procesu tłumaczenia, zarówno tekstów prasowych (zob. np. Bielsa i Bassnett 2009), jak i specjalistycznych (zob. np. Sager 1997). Tym niemniej, zwłaszcza w przypadku tekstów publicystycznych o charakterze quasi-specjalistycznym, kwestia takich zmian może być dość kontrowersyjna. W niniejszej pracy chciałbym pokazać – posługując się kilkoma przykładami tłumaczeń na język polski angielskich tekstów z zakresu publicystyki ekonomicznej, opublikowanych pod nazwiskiem autora w renomowanych czasopismach, bez explicite zaznaczonych skrótów – w jaki sposób lekceważenie retorycznie istotnych aspektów tekstu oryginału, wyrażające się w daleko idących modyfikacjach i skrótach tekstowych, może wypaczać lub osłabiać siłę jego oddziaływania, zwłaszcza gdy chodzi o kreowanie wizerunku autora jako kompetentnego i dyskursywnie sprawnego eksperta w danej dziedzinie.

2. Modele komunikacji specjalistycznej i quasi-specjalistycznej

W centrum uwagi niniejszego artykułu znajdują się przekłady tekstów publicystycznych o tematyce ekonomicznej. Publicystykę prasową dotyczącą różnych dziedzin życia, np. polityki, zagadnień społecznych, czy kwestii gospodarczych, można uznać za formę komunikacji o charakterze quasi-specjalistycz-

nym. Warto z związku z tym przyjrzeć się nieco bliżej kwestiom kategoryzacji komunikacji specjalistycznej i quasi-specjalistycznej (zob. np. Linell 1998: 143, Gotti 2003: 25-27, Gunnarsson 2009: 5, *passim*).

Biorąc pod uwagę relacje między nadawcą a odbiorcą, jak również cel komunikacji, można najogólniej wyróżnić komunikację:

- a. między specjalistami w danej dziedzinie;
- b. między specjalistami w różnych dziedzinach;
- c. między specjalistami a niespecjalistami, gdy celem komunikacji jest przedstawienie i/lub uzasadnienie poglądów specjalisty, uczestniczącemu w komunikacji niejako na równych prawach z odbiorcą;
- d. między specjalistami a niespecjalistami, gdy celem komunikacji jest przekazanie pewnego zasobu wiedzy, co z reguły zakłada nierówny status nadawcy i odbiorcy, chociaż ten niekoniecznie jest zinstytucjonalizowany (zob. niżej);
- e. między specjalistami a niespecjalistami, gdy istotną cechą komunikacji jest jej instytucjonalizacja, co obejmuje także nierówny status specjalisty i niespecjalisty jako uczestników komunikacji i – szerzej – interakcji społecznej.

Pomijając kwestię dyskursu proceduralnego (będącego specjalnym rodzajem komunikacji zachodzącej w sytuacji omówionej w punkcie d), lecz uwzględniając szczególne przypadki komunikacji wymienione w punkcie e (np. interakcje lekarz-pacjent, komunikacja w ramach rozpraw sądowych itp. – por. Linnell 1998: 143 i dalej), można mówić w przypadku wspomnianych wyżej konfiguracji o komunikacji bądź dyskursie

- a. specjalistycznym intraprofesjonalnym (intradyscyplinarnym),
- b. specjalistycznym interprofesjonalnym (interdyscyplinarnym),

- c. quasi-specjalistycznym,
- d. dydaktycznym,
- e. instytucjonalnym.

Oczywiście granice pomiędzy różnymi rodzajami komunikacji czy dyskursu specjalistycznego nie muszą być ostre (na temat swobodnego kontinuum „specjalistyczności” tekstów, zob. Asensio 2007). Na przykład, gdzieś pomiędzy dyskursem quasi-specjalistycznym, który ma charakter po części przynajmniej argumentacyjny, a dydaktycznym – o charakterze zasadniczo informacyjnym (eksponacyjnym) – mieści się dyskurs popularyzatorski (to tu mamy do czynienia z niezinstytucjonalizowanym nierównym statusem uczestników komunikacji). Powyższe kategorie są także bardzo ogólne i nie uwzględniają zróżnicowania gatunkowego w ramach poszczególnych rodzajów komunikacji (quasi-)specjalistycznej, ani też istotnych różnic między konkretnymi dziedzinami dyskursu specjalistycznego. Tym niemniej powyższe kategoryzacje komunikacji czy dyskursu specjalistycznego dają nam lepszą orientację co do ogólnej natury badanych tekstów oraz ich przekładów.

3. Założenia teoretyczne

Nie ulega wątpliwości, że publicystyka o tematyce gospodarczej wymaga od autorów, ekonomistów teoretyków lub praktyków, a także dziennikarzy, znacznego zasobu wiedzy specjalistycznej. Jednocześnie, tak jak inne rodzaje publicystyki, np. publicystyka polityczna czy społeczna, zakłada zdolność przekazywania wyników analiz i przemyśleń specjalistów odbiorcom, najczęściej mniej lub bardziej przygotowanym do tego laikom. W tej części artykułu zajmujemy się takimi cechami tekstów należących do publicystyki ekonomicznej, które wydają się ważne

z punktu widzenia wzmacniania wizerunku autora, a przez to oddziaływania tekstu na odbiorcę.

Pierwszą istotną kwestią są cele quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego, w tym publicystyki ekonomicznej, które różnią się od celów przyświecających specjalistycznym, akademickim publikacjom ekonomistów – szerzej odzwierciedla to różnice pomiędzy nie-akademickim a akademickim podejściem do ekonomiki (zob. Amariglio i Ruccio 1999: 26-27, Ruccio i Amariglio 2003: 267-269; por. Klammer i Meehan 1999: 69-70). W przypadku tego pierwszego, w centrum uwagi są rozważania dotyczące abstrakcyjnych modeli i systemów oraz sposoby rozumowania i metody formalne nauk ekonomicznych. Obszarem zainteresowań „ekonomiki praktycznej”, w tym publicystyki o tematyce gospodarczej, jest przedstawienie poglądów i/lub zajęcie stanowiska w sprawie konkretnych zagadnień i problemów gospodarczych – obejmuje to opis oraz próby wyjaśnienia zjawisk i wydarzeń gospodarczych, a następnie proponowanie lub ocenę konkretnych rozwiązań polityki ekonomicznej; w centrum uwagi są decydenci (osoby i instytucje) oraz decyzje i działania w zakresie gospodarki. Owo zorientowanie quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego na prezentację problemów i propozycji ich rozwiązania potwierdzają też badania Merlini Barbaresi (1988). Pisząc o argumentacyjnym dyskursie ekonomicznym (*argumentative economics discourse*, Merlini Barbaresi 1988: 133), co faktycznie sprowadza się do dyskursu „ekonomiki stosowanej”, tj. praktycznych efektów analizy ekonomicznej w postaci prognoz, zaleceń i propozycji (Merlini Barbaresi 1988: 134), autorka wskazuje na kluczową rolę tych elementów w kształtowaniu społecznego wizerunku ekonomistów (Merlini Barbaresi 1988: 144-145). Oto jak formułuje ona zadania poznawcze i dyskursywne ekonomistów jako ekspertów: dostrzeżenie problemu (przedstawienie analizy), przewidzenie

jego konsekwencji (sformułowanie prognozy) i zaproponowanie sposobu jego rozwiązania (przedstawienie propozycji).

Postrzeganie kompetencji i wiarygodności ekonomistów jako ekspertów, których dyskurs może wpłynąć na bieg wypadków w sferze gospodarczej, w znacznym stopniu zależy od działań dyskursywnych dotyczących stanów rzeczy, które jeszcze nie zaistniały, a więc prognoz (predykcji) i zaleceń. Warto zatem tu wspomnieć o badaniach poświęconych innej formie quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego, jakim są prognozy ekonomiczne, publikowane np. przez ośrodki analityczne organizacji ekonomicznych lub banków (zob. Bloor i Pindi 1990). W prognozach ekonomicznych można wyróżnić dwa elementy struktury globalnej („schematycznej”) tekstu: opis dotychczasowych tendencji (*describing previous trends*), stanowiący tło, które pozwala lepiej zrozumieć zasadniczy element prognozy, tj. same predykcje/przewidywania przyszłych tendencji (*predicting future trends*). Obok tych dwóch elementów, pojawiają się elementy o niższym statusie: w przypadku pierwszego z nadrzędnych elementów jest to przytoczenie przyczyn opisywanych tendencji, a w przypadku drugiego – przedstawienie bezpośredniej podstawy przewidywań (*basis*), często wyraźnie i *explicite* sygnalizowanej (Bloor i Pindi 1988: 62), na którą składają się m.in. predykcje poboczne (drugorzędne), jak również ocena ryzyka dla prognozy (*risk*), tj. czynników, które mogą spowodować jej niespełnienie się czyli nietrafność. Obecność w tekście prognozy elementu omawiającego przyczyny obserwowanych tendencji jest, według Bloor i Pindi (1988: 58), nieomalże obligatoryjna – wynika to z dążenia do przekonania czytelników prognoz „o racjonalności i profesjonalizmie obserwacji”, przedstawionych zarówno w części opisowej, jak i predykcyjnej prognoz. Na marginesie warto dodać, że w ramach tekstów będących niewątpliwie prognozami ekonomicz-

nymi, mogą pojawić się elementy zaleceń (zob. Konik 2004), co w świetle uwag na temat społecznych oczekiwań wobec ekonomistów jako ekspertów też zapewne przyczynia się do zwiększenia percepcji użyteczności prognoz, a szerzej – quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego oraz wiarygodności autorów tego rodzaju dyskursu.

Przechodząc od specyficznych cech quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego do bardziej ogólnych pragmatycznych uwarunkowań komunikacji językowej, które mogą mieć wpływ na wiarygodność autora i efektywność tekstów publicystyki ekonomicznej, trzeba wymienić z jednej strony model komunikacji idealnej Grice’a (1975, 1980), a z drugiej – teorie uprzejmości językowej, uwzględniające relacje między nadawcą i odbiorcą (Brown i Levinson 1987, Leech 1983). W tym kontekście warto wspomnieć o pewnym pokrewieństwie między współczesną pragmatyką języka a retoryką tradycyjną, w tym zwłaszcza ważnym dla retoryki pojęciem *ethosu* (np. Dascal i Gross 1999, Eggs 1999; szerzej nt. *ethosu* we współczesnych ujęciach zob. też inne prace ze zbioru pod redakcją Amossy 1999).

Istotą modelu Grice’a – niezależnie od tego, dla jakich celów został stworzony – jest odwzorowanie cech idealnej komunikacji nakierowanej na wymianę informacji (Grice 1975: 45-46). Model ten zakłada, iż uczestnicy komunikacji zachowują się tak, jakby przestrzegali zasady komunikacyjnej zobowiązującej ich do współpracy (*Cooperative Principle*) w osiągnięciu celów danej konwersacji (*talk exchange*). Ukonkretnienie tej ogólnej reguły ma postać czterech maksym rządzących konwersacją (czy szerzej: komunikacją). Pierwsze trzy dotyczą treści: maksyma ilości „zobowiązuje” uczestników komunikacji do dostarczania odpowiedniej ilości informacji na danym etapie wymiany komunikacyjnej, maksyma jakości – do prawdomówności i opierania się na odpowiednich danych, a maksyma

związku (w polskim przekładzie „stosunku”; por. Grice 1980: 97) – do dostosowania wypowiedzi do tematyki wymiany komunikacyjnej. Czwarta – maksyma sposobu – dotyczy formy i w swojej najbardziej ogólnej postaci brzmi tak: „Wyrażaj się przejrzysto”. Nie będziemy tu szerzej poruszać relacji między tym modelem a tradycyjnymi pojęciami retoryki, chociaż warto wspomnieć, że ciekawą próbę reinterpretacji tradycyjnych kanonów retorycznych inwencji, kompozycji i elokucji w kategoriach Grice’owskiego modelu podjęli Dascal i Gross (1999). Być może najważniejsze w ich pracy jest spostrzeżenie, że w przypadku komunikacji, zorientowanej nie tyle na wymianę informacji, ile na przekonywanie czy perswazję, nie można zakładać automatycznego obowiązywania zasady współpracy – współpraca musi zostać w takiej komunikacji ustanowiona, wzmocniona i utrzymana (Dascal i Gross 1999: 110). Podobnie nie można też zakładać, że uczestnicy komunikacji będą przestrzegać maksym jakości i sposobu. Tym niemniej, wydaje się, że podobnie jak w przypadku wymiany informacji, można tu (poza przypadkami prób ewidentnej manipulacji) także przyjąć, że cechy komunikacji idealnej – zgodnej z maksymami – są zakładane przez osoby w niej uczestniczące jako podstawowe czy wyjściowe wartości parametrów odpowiadających poszczególnym maksymom.

Dla celów niniejszego artykułu najistotniejsze wydają się cechy komunikacji związane z dwiema maksymami. Po pierwsze, chodzi o maksymę jakości, a zwłaszcza tę jej pod-maksymę, która dotyczy mówienia jedynie tego, do czego mówca ma odpowiednie dane lub podstawy: „Nie mów tego, do stwierdzenia czego nie masz dostatecznych podstaw” (w oryginale: *adequate evidence*, czyli także ‘dowodów’, ‘danych’); nabiera to szczególnego znaczenia w przypadku dyskursu (quasi-)specjalistycznego. Po drugie, ważna wydaje się maksyma sposobu,

przejrzystości; za przejaw cech komunikacji, które wiążą się z przestrzeganiem tej maksymy, można uznać sygnalizowanie struktury wywodu lub szerzej – wskazanie na istotne elementy struktury tekstu. Wpływa to korzystnie na sposób, w jaki tekst odbierany jest przez czytelnika, a zatem może zwiększać wiarygodność tekstu, a w konsekwencji autora jako eksperta. Jednocześnie, wiarygodność autora, będąc aspektem *ethosu*, może – jak wskazują Dascal i Gross (1999: 112, 125) – na poziomie kompozycji zostać wzmocniona w przypadku komunikacji specjalistycznej (a także chyba quasi-specjalistycznej) przez stosowanie się do konwencji typowych dla danego gatunku, w tym uwzględnienia wyżej wspomnianych elementów struktury tekstu.

Już sam Grice (1980: 47) wspominał, że w jego modelu brakuje maksymy, którą można sformułować jako „bądź uprzejmy”. Tego rodzaju uwarunkowania komunikacji odzwierciedlone są w modelach uprzejmości językowej, uwzględniających relacje między nadawcą i odbiorcą: w kategoriach zachowania lub zagrożenia „twarzy” i wynikających stąd strategii łagodzących takie zagrożenie (jak np. u Brown i Levinsona 1987) lub w kategoriach dodatkowej zasady uprzejmości i towarzyszących jej maksym: taktu, szczodrości (wspaniałomyślności), aprobaty, skromności, zgody i sympatii (Leech 1983: 132).

W tym miejscu warto zwrócić uwagę na dwie kwestie. Po pierwsze, to, co napisano na temat strategii i maksym uprzejmości, ma zastosowanie głównie w przypadku dyrektywnych i komisywnych aktów mowy, ale cztery ostatnie z maksym Leecha można odnieść też do asertywnych aktów mowy, pojawiających się w przypadku publicystyki. Nas będą interesować zwłaszcza maksyma aprobaty i zgody (w tym pod-maksymy aprobaty: maksymalizuj pochwałę innych, oraz zgody: minimalizuj niezgodę między sobą a innymi). Po drugie, strategię lub maksymy

uprzejmości odnoszą się do relacji między nadawcą a odbiorcą, lecz Leech (1983: 133, 135-136 i dalej) dopuszcza możliwość, że dotyczą one także osób trzecich, niezaangażowanych bezpośrednio w komunikację, co często może mieć miejsce w przypadku dyskursu pisanego.

Zarówno model Grice'a, jak i koncepcje uprzejmości językowej zorientowane są głównie (choć nie tylko – zob. wyżej) na relacje między nadawcą a odbiorcą. Podobnie interpersonalny charakter ma kwestia otwartości na poglądy innych, będąca w centrum uwagi modelu zaangażowania nadawcy (*engagement*), opracowanego przez White'a (White 2003, Martin i White 2005: 97-135), a inspirowanego pracami Bachtina. W modelu tym kluczowym zagadnieniem jest to, czy nadawca uwzględnia głosy innych: jeśli tak, to mamy do czynienia z heteroglosją/wielogłosowością, dialogowością, jeśli nie – z monoglosją, monologowością. W ramach dyskursu heteroglotycznego, White wyróżnia zamknięcie dialogowe (uwzględnienie innych głosów, lecz ich zanegowanie lub niedopuszczenie) oraz otwarcie dialogowe (uwzględnienie innych głosów, przy jednoczesnym kwalifikowaniu czy ograniczeniu własnego głosu), wraz z ich różnymi odmianami. Dodatkowym aspektem heteroglosji jest uzasadnianie (*justification*), rozumiane szeroko jako podawanie powodów, popieranie dowodami lub argumentowanie w przypadku zdań, które nie wyrażają faktów, lecz oceny wartościujące, dyrektywy/zalecenia, prognozy itp. (White 2003: 274-275). Dialogowość polega tu na tym, iż głos tekstowy zaangażowany jest w przekonywanie, a przekonywanym jest inny uczestnik komunikacji (najczęściej bezpośredni odbiorca), o poglądach różniących się od tych wyrażanych w tekście.

Uwagi na temat uwzględnienia głosu „innego” można wiązać z kategorią obecności (zob. Perelman i Olbrechts-Tyteca 1988, Dascal i Gross 1999), zresztą podobnie jak kwestię sa-

mego wizerunku autora, który to wizerunek może przejawiać się zarówno w cechach komunikacji, jak i w stopniu i sposobie „obecności” autora w tekście. Te ostatnie obejmowałyby m.in. wzmianki o bezpośrednich doświadczeniach autora, dające się zinterpretować w kategoriach świadectw pozwalających mu zajmować wiarygodne i/lub zaangażowane stanowisko wobec omawianych zjawisk.

Z powyższego przeglądu wyłania się kilka kwestii, które w istotny sposób mogą wpływać na to, jak postrzegany jest tekst publicystyczny o tematyce gospodarczej oraz jego autor. Są one związane bezpośrednio z wizerunkiem autora jako eksperta w dziedzinie ekonomii, kompetentnego w zakresie tworzenia tekstu (quasi-)specjalistycznego, zarówno ze względu na obecność w tekście oczekiwanych elementów takiego dyskursu, jak i bardziej ogólne cechy komunikacji między autorem a odbiorcami, a szerzej – sposobu, w jaki przejawiają się w komunikacji relacje między autorem a innym, głównie odbiorcą, ale też osobami trzecimi.

4. Analiza

Analizie przedstawionej w niniejszym artykule zostały poddane fragmenty pochodzące z dwóch angielskich quasi-specjalistycznych tekstów prasowych omawiających ekonomiczne (lub społeczno-ekonomiczne) aspekty globalizacji oraz ich polskich przekładów (teksty A i B – dane tekstów na końcu artykułu). Dla ułatwienia orientacji w tekście przykłady są opatrzone kodem w następujący sposób: LICZBA+LITERA, przy czym liczba stanowi numer przykładu, a litera wskazuje na wersję językową tekstu (E[nglish] lub P[olski]). Analiza dotyczy dwóch rodzajów modyfikacji i skrótów tekstowych w tekście tłuma-

czenia, z których pierwsza grupa nie jest bezpośrednio związana z cechami dyskursu (quasi-)specjalistycznego, a druga – tak. Należy tu wspomnieć o pozycji zawodowej autorów analizowanych tekstów w momencie ich publikacji: autorem tekstu A jest były pierwszy zastępca dyrektora zarządzającego Międzynarodowego Funduszu Walutowego oraz szef sztabu kryzysowego MFW (do końca roku 2001), natomiast autorem tekstu B był – w momencie jego publikacji – dyrektor wydawniczy jednostki analitycznej czasopisma *The Economist*, tj. The Economist Intelligence Unit.

4. 1. Pierwsza grupa przykładów obejmuje modyfikacje lub skróty wprowadzone w przekładzie fragmentów – w ten czy inny sposób – wiążących się z kwestią „obecności autora” w tekście, prezentacji jego postaw, odwołań do bezpośredniego doświadczenia itd. w wymiarze poza-profesjonalnym, niezwiązanym z wiedzą specjalistyczną (*nota bene* już sam tytuł oryginału – „What I learned at the IMF” – wskazuje na osobę autora i jego doświadczenia).

Przykład 1E pochodzi z części tekstu A poświęconej analizie stanu globalnego systemu ekonomicznego i postępów globalizacji. Autor przedstawia niedomagania światowego system ekonomicznego, wspominając m.in. o nierównym rozkładzie zamożności pomiędzy regionami i poszczególnymi krajami w ramach regionów – w tym kontekście wspomina o złej sytuacji ekonomicznej Zambii, w której się urodził i gdzie dorastał (kursywa – T.K.):

1E

many others [=African countries], among them *my native Zambia*, where per capita income is now half of what it was when *I was growing up there*, have seen continuing declines.

W 1P takich wzmianek brak. Jeśli pominąć fakt, że do tłumaczenia omawianego fragmentu tekstu można mieć wiele innych zastrzeżeń, to sama opustka mogłaby się wydawać całkiem nieistotna, bowiem wzmianka o kraju pochodzenia autora niewiele wnosi do opisu sytuacji. Nasuwa się jednak pytanie: w jakim celu autor umieścił ją w tekście? Nie chodzi przecież jedynie o ciekawostkę – jest bardziej prawdopodobne, że autor pragnie pokazać, że zna problemy krajów Trzeciego Świata z bezpośredniego doświadczenia, są mu one bliskie, w ten sposób dając do zrozumienia, że mamy do czynienia z człowiekiem emocjonalnie zaangażowanym w rozwiązywanie przedstawianych problemów.

Wzmiankę wskazującą na bezpośrednie zaangażowanie i – tym razem – quasi-bezpośrednie doświadczenie autora widać w kolejnym przykładzie pochodzącym z tekstu A, 2E, gdzie jest mowa o kryzysach dotyczących kraje lepiej zintegrowane z gospodarką globalną, o wychodzeniu tych krajów z kryzysu oraz o ludzkim wymiarze opisywanych zjawisk. Wersja angielska brzmi następująco (istotne fragmenty pominięte w wersji polskiej wyróżnione kursywą – T.K.):

2E

In almost every case, economic growth rebounded [...]. But that should not blind *us* to the human impact of the crises, which was *so visible on TV and on the streets* [...].

Skróty i modyfikacje w 2P mogą się wydawać dość „niewinne”; por.:

2P

Mimo, że za każdym razem poprawa sytuacji następowała szybko, nie można przeoczyć negatywnego wpływu, jaki te kryzysy wywarły na obywateli owych krajów.

W 2P nie ma jednak żadnych elementów odpowiadających użytemu w 2E zaimkowi 1 os. l. mn. *we* (por. *nie można przeoczyć*,

zamiast np. *nie powinno to nam przesłaniać* lub *nie możemy tracić z pola widzenia*), które można by odnieść również do autora, a także czytelników. Dodatkowo wyeliminowano wzmianki o relacjach telewizyjnych i o tym, co działo się na ulicach, sugerujące, że autor oraz czytelnicy mogli być mniej lub bardziej bezpośrednimi świadkami następstw kryzysów.

Następny przykład, 3E, także pochodzi z części analityczno-diagnostycznej tekstu A. Fragment, w którym przywoływane są bezpośrednie doświadczenia autora („That is what I have been told ...”), następuje tu zaraz po przedstawieniu opinii, jakie – według autora – wyrażane są w ubogich państwach na temat globalizacji:

Citizens of poor countries are not asking to stop globalization; they are asking for better globalization, for better market access for their products [...].

W przekładzie doszło do modyfikacji tekstowej poniższego fragmentu (zaznaczenie kursywą – T.K.); por.:

3E

That is what I have been told – if not precisely in these words – by people in poor countries all over the globe, from villagers in Africa, to the finance ministers who gather each year at the IMF to discuss the global economy.

3P

Takie prośby słyhać zewsząd. Zarówno od mieszkańców afrykańskich wiosek, azjatyckich miast, czy południowoamerykańskich państw, jak i od ministrów zbierających się co rok w siedzibie MFW, by omówić stan gospodarki światowej.

Z 3P nie dowiadujemy się *explicite*, że to autor był adresatem wypowiedzi o takiej treści, co – przy jednoczesnym zaakcentowaniu powszechności postulatów w nich zgłaszanych („takie prośby słyhać zewsząd”) – może wynikać z dążenia tłumacza (i/lub redaktora) do podkreślenia obiektywnego (a nie

jednostkowego, subiektywnego) charakteru danych na temat przytaczanych poglądów. Na pewno nie można tu dopatrywać się oddziaływania angielsko-polskich różnic gramatycznych (dotyczących konstrukcji strony biernej) – możliwe są wersje polskie, w których nawet przy zachowaniu wybranego przez tłumacza tematu zdania („takie prośby”) osoba adresata wypowiedzi nie jest usunięta w cień, np.: „takie prośby słyszałem... / docierały do mnie ...”.

Bez względu na przyczyny tej modyfikacji w 3P, może ona powodować negatywny efekt retoryczny, np. dając asumpt do zarzutów o nadmiernym generalizowaniu, a więc osłabiać wiarygodność przekazu oraz autora. Strategia zastosowana w 3E jest inna – autor nie tylko wskazuje bezpośrednio na siebie jako adresata wypowiedzi osób z biednych krajów, co poprzez bezpośrednie doświadczenie ma go uprawniać do prezentacji przytaczanych poglądów, ale dodatkowo zastrzega, iż niekoniecznie były one wyrażone dokładnie tymi słowami („if not precisely in these words”). Paradoksalnie, to właśnie może wzmacniać jego wiarygodność i wiarygodność przedstawianej przez niego tezy (oczywiście trzeba tu abstrahować od tego, w jakim stopniu poglądy wyrażane w wypowiedziach, na które autor się powołuje, są faktycznie reprezentatywne dla osób, które miałyby je formułować).

Ostatni z pierwszej grupy przykładów, 4E, także związany jest z bezpośrednimi doświadczeniami autora (kontaktami z osobami z krajów cierpiących niedostatek), a pochodzi z drugiej części tekstu A, gdzie mowa jest o działaniach, które są lub winny być podejmowane dla poprawy sytuacji. W 4P pominięto cały fragment, w którym autor powołuje się na odczucia związane z kontaktami z ministrami finansów państw, którym MFW zalecał wprowadzenie reform (kursywa –T.K.); por.:

4E

Another lesson we have learned in the developing countries is that economic reform works best if the country is in the driver's seat. *Sitting across the table from many ministers of finance, I always felt more confident that our help would succeed if the person on the other side knew what needed to be done – even if we disagreed on some of the details.* The role of the international institutions should be to support and advise, not to hector and impose.

4P

Ale reformowanie państw rozwijających się wychodzi najlepiej wtedy, gdy robi to sam zainteresowany. Instytucje międzynarodowe powinny wspierać i radzić, a nie straszyć i narzucać rozwiązania.

Znamienne jest też pominięcie w 4P wzmianki o wyciąganiu nauki z kontaktów z krajami rozwijającymi (por. „Another lesson we have learned in the developing countries...”; kursywa – T.K.). Znowu związana jest ona z bezpośrednimi doświadczeniami autora (por. użycie zaimka 1. os. l. mn. *we* w tym fragmencie; może on odnosić się też do innych przedstawicieli MFW, co wynika z nieco wcześniejszego fragmentu tekstu A, gdzie mowa jest o „we in the IMF”, zresztą pominiętego w wersji polskiej).

Warto zauważyć, że w obu ostatnich przykładach (3E i 4E) autor zdaje się podkreślać swój wysoki status w ramach MFW, dwukrotnie pisząc o swoich kontaktach z ministrami finansów – można domniemywać, że ma to zwiększyć jego wiarygodność w oczach czytelników. W wersji polskiej ten aspekt jest całkowicie pominięty (4P), lub oddany w sposób niepozwalający dostrzec bezpośredniej „obecności” autora w tekście (3P).

4.2. Druga grupa analizowanych przykładów modyfikacji i skrótów tekstowych w tłumaczeniu publicystyki ekonomicznej prezentowanych dotyczy tych przypadków, gdzie w grę wchodzi odwołania do specjalistycznej wiedzy ekonomicznej

oraz uwzględnienie w tekście typowych elementów dyskursu quasi-specjalistycznego.

Pierwszy z przykładów także pochodzi z tekstu A oraz jego polskiego tłumaczenia, a ściślej z tej jego części, w której jest mowa jest o negatywnych zjawiskach w gospodarce światowej (z jednej strony ubóstwo, nierównomierny rozwój, a z drugiej – przejściowy negatywny wpływ globalnych kryzysów na sytuację w bogatszych krajach rozwijających się, które próbują zintegrować swe gospodarki z gospodarką światową). Omawiany fragment dotyczy przyczyn tych zjawisk – autor polemizuje z osobami, które upatrują ich w globalizacji (wyróżniono fragment, gdzie doszło do najistotniejszych modyfikacji; kursywa – T.K.); por.:

5E

Some blame globalization for these setbacks and inequities. *But the evidence suggests the contrary.* It is the countries that have most successfully integrated into the global economy, that have taken advantage of global markets to increase exports and imports, that have grown the fastest. It is the closed and the marginalized where incomes have fallen.

5P

Winę za niesprawiedliwości i spowolnienie rozwoju gospodarczego niektórzy zrzucają na globalizację. *Nie mają racji.* Kraje, które najgłębiej integrowały się z globalną gospodarką odniosły najwięcej korzyści z handlu i to właśnie one rozwijają się teraz najszybciej. Spadły zaś dochody krajów odcinających się od reszty świata.

W obu wersjach autor nie zgadza się z przytoczonymi krytycznymi poglądami na temat roli globalizacji, jednak pomiędzy tymi wersjami są wyraźne różnice. W 5E autor explicite sygnalizuje kontrast (*but*) oraz zaprzecza opiniom krytyków globalizacji przez odwołanie się do danych – por. użycie rzeczownika *evidence*, którego użycie stanowi jednocześnie sygnał dla czytelnika, że przedstawienia takich danych może oczekiwać dalej w tekście (zob. Mauranen 1993 o tzw. prospektywnych

sygnałach tekstowych). Z polskiego przekładu wynikałoby, że autor po prostu odmawia racji osobom wyrażającym przytoczoną opinię. Wersję angielską można uznać nie tylko za bardziej odpowiednią dla diagnozy ekonomicznej, ale także za mniej zagrażającą twarzy odbiorcy i osób, z którymi autor się nie zgadza. Wynika to stąd, że sprzeciw autora nie jest wyrażony wprost, a pogląd przeciwny (*the contrary*) do przytoczonego ma wynikać z przedstawianych danych. Służy temu także użycie w oryginale czasownika *suggest* (sugerować), co powoduje, że całość sprawia wrażenie, iż autor wyraża swoją opinię w sposób zniuansowany i otwarty dialogicznie. Na tym tle wersja polska jawi się jako zakłócająca tok wyводу, bowiem na tym etapie – z powodu braku jakichkolwiek sygnałów wskazujących na dane – można odnieść wrażenie, że jest mniej dobrze ugruntowana i mniej zgodna z zasadą, według której należy opierać się na danych (mimo, że te dane dalej się w tekście pojawiają). Dodatkowo jest dosyć autorytatywna, więc można ją postrzegać jako w mniejszym stopniu szanującą inne poglądy i osoby je wyrażające, a autora jako mniej uprzejmego i mniej otwartego na dialog.

Także w drugim przykładzie z tej grupy chodzi o kwestie związane ze wzmocnieniem tezy autora – konkretnie o prognozę dotyczącą bezpośrednich inwestycji zagranicznych (FDI) w roku 2003 i latach następnych. Omawiany fragment następuje po przedstawieniu diagnozy stanu globalizacji w sferze ekonomicznej, za której miernik autor przyjmuje poziom FDI. Prognoza jest optymistyczna i kontrastuje z sytuacją w latach bezpośrednio poprzedzających okres, którego dotyczy (ocena tej sytuacji uwzględnia różnice regionalne i nie jest jednoznacznie negatywna).

Kluczową zmianą redakcyjną wprowadzoną do tekstu polskiego przekładu jest pominięcie podstawy prognozy, przedsta-

wionej we fragmencie następującym w oryginale w tym samym akapicie, bezpośrednio po fragmencie dotyczącym samej prognozy. Por. (pominięty fragment zaznaczony kursywą – T.K.):

6E

Starting in 2003 a new surge of global FDI is in store. In the next few years, global flows of FDI are again likely to grow faster than world trade or world output. As a share of global GDP, these flows will climb back towards 3%, which is extremely high by historical standards (...) *There are a number of reasons for expecting this FDI boom, including a continued if shaky recovery of the world economy and a new round of crossborder investment in response to technological change, industry consolidation and opportunities in emerging markets. But the most powerful cause for confidence lies in the way that the business environment in countries around the world is changing: that is, in the conditions that make FDI flounder or flourish.*

6P

W 2003 r. rozpocznie się tryumfalny powrót FDI. Wciążu najbliższych pięciu lat przepływy inwestycyjne w świecie będą rosnać szybciej niż światowy handel i produkcja. Udział tych przepływów w światowym PKB ponownie sięgnie zapewne 3 proc. co z historycznego punktu widzenia jest odsetkiem wyjątkowo wysokim (...).

Warto zwrócić uwagę także na fakt, że w 6E czynniki wpływające na poprawę sytuacji, czyli bezpośrednia podstawa prognozy, zostały *explicite* zasygnalizowane w tekście i to dwukrotnie, por.: *a number of reasons for expecting this FDI boom*, oraz: *the most powerful cause for confidence*. Niektóre z czynników sprzyjających wzrostowi FDI nawiązują do tych samych czynników, które zostały uprzednio wymienione w opisie sytuacji bieżącej: w części diagnostycznej artykułu wymieniono „a sharp drop in crossborder mergers and acquisitions, linked to a global economic slowdown”, natomiast w cytowanym fragmencie odnoszącym się do podstawy prognozy – „a continued if shaky recovery of the world economy” (kursywa – T.K.). Co więcej, we fragmencie dotyczącym głównego czynnika leżącego u pod-

stawy optymistycznej prognozy, autor wyjaśnia czytelnikowi, jak ten czynnik ma się do poziomu inwestycji zagranicznych, wskazując, że zmiany w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej są tożsame z warunkami decydującymi o poziomie FDI – por. „the most powerful cause for confidence lies in the way that the business environment in countries around the world is changing: *that is*, in the conditions that make FDI flourish” (kursywa – T.K.).

Wszystkie te elementy oryginału (poza głównymi predykcjami) w wersji polskiej zostały pominięte. Brakuje zatem bardzo istotnego elementu toku rozumowania, a jednocześnie ważnego elementu dyskursu prognozowania ekonomicznego.

W dalszych fragmentach tekstu autor wzmiankuje sposób dochodzenia do powyższych wniosków. W obu wersjach językowych wspomniano o roli reprezentowanej przez autora jednostki analitycznej (The Economist Intelligence Unit, dalej EIU) oraz o wskaźnikach branych przez nią pod uwagę przy formułowaniu prognoz; por.:

7E

The good news for globalisers is that in most countries the business environment will improve significantly in the years ahead. The Economist Intelligence Unit tracks these trends by looking closely at the likely developments across a whole range of indicators that affect business conditions in the world's major markets, from governments' macroeconomic policies and their openness to foreign investment to the quality of infrastructure and institutions. Our conclusion: almost everywhere, business conditions will be getting better.

7P

Economist Intelligence Unit pilnie śledzi całą listę czynników, które wpływają na prowadzenie interesów na głównych rynkach światowych: od makroekonomicznej polityki rządów i ich otwartości na zagraniczne inwestycje po jakość infrastruktury i instytucji. Nasz wniosek jest następujący: niemal wszędzie warunki do inwestowania poprawiają się.

Najważniejsza różnica między 7E a 7P polega na kontekście, w którym pojawia się wzmianka na temat metodologii EIU, wraz z podsumowaniem w postaci explicite sygnalizowanego wniosku na temat przyszłej poprawy warunków prowadzenia działalności gospodarczej („business conditions will be getting better”). W wersji angielskiej poprzedzona jest ona nie tylko przez cytowany w 6E fragment przedstawiający prognozę wraz z jej bezpośrednią podstawą, w tym wzmiankę o tendencjach zmiany warunków prowadzenia działalności gospodarczej jako głównej przesłance dla optymizmu, ale także przez zdanie otwierające ten akapit, w którym także wspomina się o przewidywanej poprawie tych warunków: „The good news for globalisers is that in most countries the business environment will improve significantly in the years ahead”.

Inaczej jest w wersji polskiej: omawiany fragment następuje bezpośrednio po akapicie przedstawiającym główną prognozę (z pominięciem czynników składających się na jej podstawę – zob. 6P). Zabrakło w nim zdania wskazującego na poprawę warunków prowadzenia działalności gospodarczej, a w samej wzmiance o metodologii EIU doszło do pewnego uproszczenia – podczas gdy w wersji angielskiej dwukrotnie jest mowa o „business conditions”, które w pominiętym fragmencie 6E zostały explicite wskazane jako kluczowy element sprzyjający inwestycjom zagranicznym, to w wersji polskiej raz jest mowa o „czynnikach, które wpływają na prowadzenie interesów”, a raz o „warunkach inwestowania”. Związek pomiędzy tymi dwoma elementami musi zostać ustalony przez czytelników; nie można wykluczyć, że sprawi to trudność czytelnikom mniej uważnym lub gorzej zorientowanym w materii.

Ogólnie można stwierdzić, że w cytowanych fragmentach polski czytelnik jest pozbawiony możliwości śledzenia toku wnioskowania, nie zyskuje wiedzy na temat wszystkich czynni-

ków składających się na podstawę prognozy i chociaż w końcu dowiaduje się o najważniejszym takim czynniku, to zrozumienie zależności pomiędzy tym czynnikiem a główną prognozą wymaga od niego większego nakładu sił niż w przypadku wersji angielskiej, która jest znacznie bardziej przejrzysta i dobrze spełnia oczekiwania wobec tekstów przedstawiających prognozy ekonomiczne.

5. Wnioski

W niniejszym artykule przedstawione zostały dwa rodzaje modyfikacji i skrótów tekstowych w procesie tłumaczenia i/lub redagowania tekstów publicystyki gospodarczej, które są potencjalnie istotne z retorycznego punktu widzenia. W punktach 4.1 i 4.2 wskazano na efekty, jakie mogą być związane z takimi zmianami redakcyjnymi.

Warto chyba jednak także zastanowić się nad przyczynami omawianych zmian. Pomijając, jako mało wnoszącą do sprawy, hipotezę o ich czysto przypadkowym charakterze, warto skupić się na próbach wyjaśnienia odnoszących się bądź to do percepcji cech dyskursu specjalistycznego i quasi-specjalistycznego, bądź do ogólnych, kulturowo uwarunkowanych różnic pomiędzy komunikacją w języku polskim i angielskim.

Co do zmian redakcyjnych pierwszego rodzaju (zob. 4.1), to nie wiążą się one bezpośrednio z wiedzą specjalistyczną autora i cechami quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego – tym niemniej mają znaczenie dla siły oddziaływania tekstu, bowiem pominięte fragmenty oryginału wskazują na próbę ocieplenia i podbudowania wizerunku autora poprzez odwoływanie się do jego bezpośredniego doświadczenia i zaangażowania w omawianą tematykę; czasami też – przynajmniej pośrednio –

dotyczą instytucjonalnej pozycji autora jako zastępcy dyrektora zarządzającego MFW w okresie, którego dotyczy artykuł. Nie wszystkie z tych odwołań są typowe dla publicystyki gospodarczej, nawet jeśli jej autorami są osoby o porównywalnym statusie. Można zatem domniemywać, że jedną z przyczyn, dla których w przekładzie zostały wprowadzone modyfikacje i skróty pierwszego rodzaju, jest percepcja wyjątkowego charakteru przyjętych przez autora rozwiązań. Być może są one postrzegane jako na tyle nieistotne dla wymowy i/lub siły oddziaływania tekstu z zakresu publicystyki ekonomicznej, że ich pominięcie bądź znaczne zmodyfikowanie w tłumaczeniu nie stanowi dla tłumacza lub redaktora większego problemu.

Sytuacja wydaje się bardziej skomplikowana w przypadku modyfikacji i skrótów drugiego rodzaju (zob. 4.2), gdzie w grę wchodzi fragmenty tekstu ściśle związane z wizerunkiem autora jako dysponującego wiedzą specjalistyczną i sprawnego dyskusyjnie eksperta, świadomego roli poszczególnych elementów quasi-specjalistycznego dyskursu ekonomicznego oraz dążącego do przejrzystego przedstawiania swego toku rozumowania. Źródła tych zmian można upatrywać w różnicach międzykulturowych dotyczących postrzegania roli oraz cech komunikacji specjalistycznej, a konkretnie tzw. stylów komunikacji naukowej. W tekstach pisanych w stylu określanym jako anglosaski, autor – ze względu na indywidualistyczną orientację i egalitarne stosunki międzyludzkie cechujące kultury anglosaskie (Duszak 1998: 278 i dalej) – przyjmuje „perspektywę odbiorcy, starając się organizować treść w sposób jednoznaczny, uporządkowany i przewidywalny” (Duszak 1998: 283). Z drugiej strony, w kulturach, gdzie obowiązuje tzw. „teutoński” styl komunikacji naukowej (obejmuje to też polski styl komunikacji naukowej) mamy do czynienia z wysokim statusem przyznawanym nauce, a charakterystyczna dla tych kultur hierarchiczność struktury społecznej może wpły-

wać na utrzymywanie „barier pomiędzy językiem nauki a językiem potocznym” i silnych podziałów „wewnątrz wspólnoty akademickiej na [...] ekspertów i nowicjuszy” (Duszak 1998: 278); zdarza się nawet „celowe podnoszenie trudności wywodu”, przy jednoczesnym niskim stopniu dialogowości tekstów naukowych (Duszak 1998: 283-284).

Powyższe obserwacje mogą się przekładać na percepcję tekstów określonych w niniejszym artykule jako quasi-specjalistyczne lub dydaktyczne. Styl anglosaski w przypadku quasi-specjalistycznych tekstów o charakterze argumentacyjnym przejawiałby się w przejrzystości struktury wywodu (i szerzej: struktury tekstu), co obejmowałoby również odwoływanie się do danych uzasadniających diagnozę lub prognozę i explícite sygnalizowanie tego w tekście. Z kolei zmiany redakcyjne w polskich przekładach wynikałyby po części z tego, że w mniejszym stopniu byłyby dostrzegane przez tłumacza (lub redaktora) odbiorca-laik, a jednocześnie niedoceniana odpowiedzialność, jaką w kulturach anglosaskich ponosi autor za zrozumienie i skuteczne oddziaływanie swojego tekstu (zob. koncepcja *writer- / reader-responsibility*, Hinds 1987, za Connor 1996: 20 i Duszak 1998: 278-279; por. też Clyne 1994: 187-188). Inaczej przejawiałby się zatem w przypadku tłumaczenia wspomniane wyżej uwarunkowania komunikacji, opisywane jako maksymy w modelu Grice’a oraz strategię lub maksymy uprzejmości (por. House 2012). W odniesieniu do różnic między niemieckim i angielskim dyskursem popularno-naukowym, widocznych także w przekładzie tekstów angielskich na niemiecki, House (2010: 70-71, *passim*) wskazuje, że oryginalne teksty niemieckie i starsze przekłady niemieckie są mniej zorientowane na odbiorcę i w mniejszym stopniu uwzględniają obecność autora; są także w mniejszym stopniu zorientowane na osoby i mniej perswazyjne (*less persuasive*). W przypadku przekładów działa tu „filtr

kulturowy”, tj. ma miejsce dostosowanie tekstu przekładu do norm komunikacyjnych kultury języka docelowego (por. House 2006b, 2012). Podobnie może być w przypadku omawianych przypadków tłumaczenia quasi-specjalistycznego na polski, przy czym zakładamy, że „filtrowanie kulturowe” niekoniecznie musi być świadome.

Pozostaje kwestia ewentualnego wspólnego mianownika dla interpretacji przyczyn obu rodzajów zmian. Można chyba go poszukiwać odwołując się do różnic między anglosaskim i polskim stylem komunikacji językowej w ogóle. Wskazówką dla dalszych badań w tym zakresie są studia nad różnicami między niemieckim i angielskim stylem komunikacyjnym, oraz związanym z tym „filtrowaniem kulturowym” w tłumaczeniu (House 2006a, 2006b, 2012: 503-507). W kontekście analizy przeprowadzonej w niniejszym artykule istotne wydają się cztery z pięciu wymiarów różnic, jakie zidentyfikowała House: bezpośredniość – pośredniość, orientacja na siebie – orientacja na innego, orientacja na treść – orientacja na osoby, eksplicytność – implicytność. Niemiecki styl komunikacyjny, w odróżnieniu od angielskiego, jawił się w tych badaniach jako lepiej określony przez cechy wymienione w pierwszej kolejności w każdej z powyższych par. Analiza przedstawiona w niniejszym artykule wskazuje na możliwość istnienia podobnych różnic między kulturą polską (bliższą w tym zakresie niemieckiej) a anglosaską dla pierwszych trzech wymiarów, chociaż nie dla czwartego. Oczywiście są to hipotezy oparte na bardzo wątpliwych podstawach, ale wydają się na tyle ciekawe, że mogą stanowić punkt wyjścia dla dalszych badań w tym zakresie.

Jeśli zgodzimy się, że retoryczność zawsze związana jest z orientacją na osoby – nadawcę, a w jeszcze większym stopniu odbiorcę – to odwołanie się do charakterystycznych cech polskiej komunikacji językowej w ogóle, oraz do cech komunikacji

specjalistycznej (naukowej) w szczególności, być może pozwoli nam zrozumieć, dlaczego tłumacze lub inne osoby pracujące z przekładami zdają się nie dostrzegać zasadniczo retorycznego charakteru tego rodzaju komunikacji quasi-specjalistycznej, jaką jest publicystyka, w tym publicystyka ekonomiczna. Może okazać się, że opisane przypadki zmian redakcyjnych w tłumaczeniu, rozumiane jako wynik „filtrowania kulturowego”, trzeba widzieć jako część szerszego zjawiska, polegającego na niedocenianiu stopnia, w jakim nadawca winien uwzględniać osobę innego (odbiorcy lub osoby trzeciej) i jego potrzeby, takie jak poszanowanie twarzy czy równorzędny status w ramach komunikacji językowej. Wnioski wypływające z tego zarówno dla dydaktyki tłumaczenia, jak i dla kształtowania dyskursu publicznego, byłyby chyba oczywiste.

Materiały źródłowe analizowane w tekście

Tekst A

- wersja angielska (oryginalna): „What I learned at the IMF”. *Newsweek International. Special Edition: Issues 2002*, grudzień 2001 – luty 2002, 86-87 – autor: Stanley Fischer
- wersja polska (tłumaczenie): „Życie za dolara”. *Newsweek (Polska): Świat 2002*, 16-17 /2001, 92-93 – autor: j.w.

Tekst B

- wersja angielska (oryginalna): „Globalisation’s new boom”. *The World in 2003*, *The Economist*, 2002, s. 112 – autor: Daniel Franklin
- wersja polska (tłumaczenie): „Globalizacja kontratakuje”. *Świat i Polska 2003*, *Polityka/The Economist*, 2002, s. 89-90 – autor: j.w.

Bibliografia

- Amariglio, J. i D. F. Ruccio 1999. „The transgressive knowledge of ‘ersatz’ economics”. W: *What do economists know? New economics of knowledge*. Red. R. F. Garnett. London/ New York: Routledge. 19-36.
- Asensio, R. Mayoral 2007. „Specialised translation: a concept in need of revision”. *Babel*, 53 (1), 48-55.
- Bielsa, E. i S. Bassnett. 2009. *Translation in global news*. London/New York: Routledge.
- Bloor, T. i M. Pindi. 1990. „Schematic structure in economics forecasts”. W: *The language of economics: The analysis of economics discourse (ELT Documents 134)*. Red. T. Dudley-Evans i W. Henderson. London: Modern English Publications. 55-66.
- Brown, P. i S. C. Levinson. 1987. *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clyne, M. 1994. *Inter-cultural communication at work: cultural values in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Connor, U. 1996. *Contrastive rhetoric. Cross-cultural aspects of second-language writing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dascal, M. i A. G. Gross. 1999. „The marriage of pragmatics and rhetoric”. *Philosophy and Rhetoric* 32 (2), 107-131.
- Duszek, A. 1998. *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Eggs, E. 1999. „Ethos aristotelicien, conviction et pragmatique moderne”. W: *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Red. R. Amossy. Lausanne/Paris: Delachaux et Niestlé. 31-59.
- Gotti, M. 2003. *Specialized discourse: linguistic features and changing conventions*. Bern: Peter Lang.

- Grice, H.P. 1975. „Logic and conversation”. W: *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. Red. P. Cole i J. L. Morgan. New York: Academic Press. 41-58.
- Grice, H.P. (1975) 1980. „Logika i konwersacja”. W: *Język w świetle nauki*. Red. B. Stanosz. Warszawa: Czytelnik. 91-114.
- Gross, A.G. 1990. *The Rhetoric of Science*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gunnarsson, B.-L. 2009. *Professional discourse*. London/New York: Continuum.
- House, J. 2006a. „Communicative styles in German and English”. *European Journal of English Studies*, 10 (3). 249-267.
- House, J. 2006b. „Text and context in translation”. *Journal of Pragmatics*, 38. 338-358.
- House, J. 2010. „Discourse and dominance: Global English, language contact and language change”. W: *Globalization, Discourse, Media: in a Critical Perspective*. Red. A. Duszak, J. House, Ł. Kumięga. Warszawa: Warsaw University Press. 61-93.
- House, J. 2012. „Translation, interpreting and intercultural communication”. W: *Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication*. Red. J. Jackson. Milton Park: Routledge. 495-509.
- Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. 1999. Red. R. Amossy. Lausanne/Paris : Delachaux et Niestlé.
- Klamer, A. i J. Meehan 1999. „The crowding out of academic economics. The case of NAFTA”. W: *What do economists know? New economics of knowledge*. Red. R. F. Garnett. London/New York: Routledge. 65-85.
- Konik, T. 2004. „Recommendations in the discourse of macroeconomic forecasting: a case study in discourse and globalisation”. W: *Speaking from the margin: global*

- English from a European perspective*. Red. A. Duszak i U. Okulska. Frankfurt a/Main: Peter Lang. 275-288.
- Leech, G. 1983. *The Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Linell, P. 1998. „Discourse across boundaries: on recontextualizations and the blending of voices in professional discourse”. *Text*, 18 (2), 143-157.
- Martin, J. R. i P.R.R. White. 2005. *The language of evaluation. Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mauranen, A. 1993. „Theme and prospection in written discourse”. W: *Text and technology. In honour of John Sinclair*. Red. M. Baker, G. Francis i E. Tognini-Bonelli. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins. 95-114.
- McCloskey, D.N. (1985) 1998. *The rhetoric of economics* (2 ed.). Madison, WI: The University of Wisconsin Press.
- McCloskey, D.N. 1994. *Knowledge and persuasion in economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Merlini Barbaresi, L. 1988. *Markedness in English discourse: a semiotic approach*. Parma: Zara.
- Perelman, Ch. i L. Olbrechts-Tyteca (1958) 1988. *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique* (5^e édition). Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Rhetoric in the Human Sciences*, 1989. Red. H. W. Simons. London: Sage.
- Ruccio, D.F. i J. Amariglio 2003. *Postmodern moments in modern economics*. Princeton, NJ/ Oxford: Princeton University Press.
- Sager, J.C. 1997. „Text types and translation”. W: *Text typology and translation*. Red. A. Trosborg. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins. 25-41.
- White, P.R.R. 2003. „Beyond modality and hedging: A dialogic view of the language of intersubjective stance”. *Text*, 23 (2). 259-284.

Retoryka w pracy rezydentów biur podróży

Małgorzata Maria Bogdan

Gabriel Łasiński

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

Streszczenie. Artykuł przedstawia sytuacje perswazji profesjonalnej w pracy rezydenta. Autorzy dokonują przeglądu dostępnej literatury, podejmującej kwestie istotnych kompetencji komunikacyjnych przewodników, a także zachowań i sposobów podejmowania decyzji przez urlopowiczów. Stąd przesłanki istotne dla procesu perswazji w pracy rezydenta: (a) decyzje o aktywności turystycznej są dobrowolne; (b) ważną rolę w procesie podejmowania przez turystów decyzji stanowią emocje; (c) subiektywne opinie są dla turystów bardziej perswazyjne niż inne formy reklamy; (d) na kształtowanie czasu wolnego podczas urlopu mają wpływ towarzysze podróży, a szczególnie dzieci; (e) motywy, które kierują zachowaniem turystów, wynikają w większym stopniu z ich potrzeb psychospołecznych niż z atrakcyjności odwiedzanego regionu. Konstruowanie argumentów wykorzystywanych przez rezydentów w sprzedaży wycieczek fakultatywnych powinno być zatem oparte o powyższe przesłanki.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza specjalistyczna, turystyka, rezydenci, opcjonalne wycieczki, perswazja, emocje, argumenty

Rhetoric in the tour reps' work

Abstract. *The paper presents situations of professional persuasion in tour reps' work. The authors review available literature concerning travel guides' communication competences, vacationers' behaviours and their decision-making processes. The persuasion process in reps' work turns out to be based on the*

following premises: (a) decisions about participating in optional excursions are taken by individuals; (b) emotions are a significant factor in tourists' decision-making process; (c) personal opinions are more persuasive for tourists than advertising slogans; (d) choices of free time activities are influenced by travel companions, and especially by children; (e) motives which determine tourists' behaviour are influenced more by their socio-psychological needs than by actual attractiveness of a visited destination. Therefore, the professional construction of arguments by tour reps aiming to sell optional excursions should be based on the above mentioned premises.

Key words: *rhetoric, specialised knowledge, tourism, tour reps, optional excursions, persuasion, emotions, arguments*

*Miarą mowy jest nie ten, który mówi,
lecz ten, który słucha.*

Platon

1. Wprowadzenie

Niezwykle ważną sferą życia każdego człowieka jest jego czas wolny – czas, o którym decyduje samodzielnie i chce spędzić go w sposób przyjemny i satysfakcjonujący. Wraz z rozwojem cywilizacyjnym, wzrastają zasoby czasu wolnego. Człowiek zajęty obowiązkami szkolnymi, zawodowymi, rodzinnymi oraz innymi, wynikającymi z potrzeb fizjologicznych jak potrzeba snu czy jedzenia, dysponuje krótkim czasem wolnym w ciągu dnia, średnim podczas weekendów oraz długim w czasie urlopów i wakacji. Ten ostatni to okazja do wyjazdów, które stanowią odpoczynek, odmianę od codzienności i pozwalają zregenerować siły przed kolejnym powrotem do obowiązków.

Podczas wyjazdów wakacyjnych człowiek nie tylko zmienia miejsce pobytu, ale też wchodzi w kontakt z odmienną kulturą, przyrodą oraz ludźmi, które są dla niego w mniejszym lub większym stopniu nowe. Podczas zorganizowanych wyjazdów turystycznych pośrednikami w interpretacji tego odmiennego śro-

dowiska są przewodnik turystyczny i pilot wycieczek. Zgodnie z treścią ustawy z dn. 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, pod pojęciem *przewodnik turystyczny* należy rozumieć: „osobę zawodowo oprowadzającą turystów lub odwiedzających po wybranych obszarach, miejscowościach i obiektach, udzielającą o nich fachowej informacji oraz sprawującą nad turystami lub odwiedzającymi opiekę w zakresie wynikającym z umowy”, a pod pojęciem *pilot wycieczek* – „osobę towarzyszącą, w imieniu organizatora turystyki, uczestnikom imprezy turystycznej, sprawującą opiekę nad nimi i czuwającą nad sposobem wykonania na ich rzecz usług oraz przekazującą podstawowe informacje, dotyczące odwiedzanego kraju i miejsca”.

Szczególnym przypadkiem pracy pilota wycieczek jest funkcja rezydenta. Jest on pilotem, który przez dłuższy okres mieszka w miejscu czasowego pobytu turystów. Udziela najważniejszych informacji o odwiedzanym obszarze, jak również sprzedaje imprezy-wycieczki fakultatywne, które są dodatkowymi produktami oferowanymi przez macierzyste biuro podróży turystów. Niekiedy rezydent ma w swoich obowiązkach także towarzyszenie wycieczkom odbywanym przez turystów, podczas których pełni rolę przewodnika turystycznego.

U największych w Europie touroperatorów opieka nad gośćmi biura przebiega według pewnych ściśle określonych standardów. Kontakt rezydenta z turystami rozpoczyna się na lotnisku, gdzie po raz pierwszy wita on przyjezdnych. Drugie spotkanie – tzw. „spotkanie powitalne” – odbywa się w hotelu. Przebiega ono w formie prezentacji, która w układzie tematycznym przybliża słuchaczom odwiedzane miejsce: od najbliższej okolicy, a więc własnego hotelu, poprzez miejscowe obyczaje i różnice kulturowe, po atrakcje turystyczne bliższych i dalszych zakątków regionu. Oprócz spotkania powitalnego, podczas pobytu rezydent odwiedza gości jeszcze kilkakrotnie w hotelu.

Spotkanie powitalne ma kluczowe znaczenie podczas każdego turnusu urlopowego. Pozwala zachęcić jeszcze niezdecydowanych bądź nieznających regionu turystów do udziału w proponowanych im imprezach fakultatywnych. Ponieważ wynik sprzedażowy każdego rezydenta jest ważnym elementem oceny sprawności jego pracy, każdy z rezydentów stara się znaleźć i zastosować możliwie najlepszą formę prezentacji swojej oferty. Stosunkowo stały duży udział turystów w wycieczkach oferowanych przez niektórych rezydentów, wobec stosunkowo stałego niższego udziału turystów w wycieczkach oferowanych przez innych pozwala przypuszczać, że forma i treść prezentacji powitalnej oraz autoprezentacja samego rezydenta mają znaczący wpływ na udział turystów w imprezach fakultatywnych. To spostrzeżenie wstępne, poczynione podczas pracy w charakterze rezydenta, stało się główną inspiracją dla dalszych rozważań i szerszych badań w nieodległej przyszłości.

Rozpoznanie tematu wymaga:

- określenia sytuacji perswazyjnych w pracy rezydenta i możliwych do zastosowania przez niego środków,
- zrozumienia sposobu postrzegania roli pilota, przewodnika i rezydenta przez turystów,
- identyfikacji procesów decyzyjnych związanych z aktywnością turystyczną ludzi i najważniejszych motywów warunkujących aktywność turystyczną.

2. Retoryczne aspekty pracy rezydenta

Podczas zorganizowanych wczasów pobytowych w wybranym regionie turystycznym urlopowiczom oferowany jest zwykle szeroki wachlarz wycieczek opcjonalnych, które pozwalają na lepsze poznanie tego regionu. Imprezy fakultatywne można zakupić u swojego rezydenta w hotelu, tj. z oferty organizatora ca-

łego wyjazdu wakacyjnego. Dla oferty touroperatora największą konkurencją jest oferta tzw. „sprzedawców ulicznych”, czyli lokalnych agencji wycieczkowych, które sprzedają wycieczki po dużo niższych cenach. Atutami touroperatora nad „sprzedawcami ulicznymi” mogą być kompleksowość obsługi klienta (od wylotu z kraju aż do powrotu), a także sam sposób dystrybucji wycieczek – poprzez sprzedaż bezpośrednią dokonywaną przez rezydentów w hotelu.

Spotkanie powitalne w hotelu ma formę wystąpienia publicznego przed grupą turystów. Zgodnie z podziałem dokonanym przez Arystotelesa tego rodzaju wystąpienie zaliczyć należy do mowy doradczej: „Wymowa doradcza ma nas do czegoś zachęcić lub od czegoś powstrzymać. Ma na uwadze pożytek lub szkodę...” (Arystoteles *Retoryka* 1358b).

Wystąpienie rezydenta obejmuje dwie formy zachowań społecznych: prezentację odwiedzanej destynacji i oferty imprez fakultatywnych oraz autoprezentację rezydenta. „Głównym celem działania autoprezentacyjnego jest budowanie, podtrzymywanie lub zmienianie swego wizerunku, czyli obrazu tego, jak chcielibyśmy być widziani przez innych” (Łasiński, Wiejak 2004: 68). Podczas spotkania w procesie autoprezentacji rezydent mniej lub bardziej świadomie dąży do zbudowania wizerunku pozytywnie postrzeganego przez audytorium, przyciągnięcia ich uwagi, pozyskania zaufania, zainteresowania i zbudowania relacji interpersonalnej z grupą.

Prezentacja ma strukturę bardziej rozbudowaną niż autoprezentacja. Prezentacja zawsze ma określony temat i cel. Jest działaniem planowym, świadomym, skierowanym do ściśle określonego audytorium. Wizerunek, budowany poprzez autoprezentację, staje się jednym z zasobów prezentera. Oprócz wizerunku do zasobów tych należy dodać wiedzę, doświadczenie, środki techniczne oraz różnego rodzaju media, którymi dyspo-

nuje mówca. Aby wystąpienie publiczne można było nazwać prezentacją, słowa prezentera muszą być wsparte medium, które oddziałuje także na inne zmysły słuchaczy. Najczęściej wykorzystywany jest pokaz wizualny, ale prezenter może również komunikować się z audytorium wykorzystując zmysł smaku, węchu, czy dotyku. Zmysł wzroku jest szczególnie ważny, ponieważ za jego pomocą człowiek przyswaja aż 83% informacji; poprzez zmysł słuchu – 11%, poprzez zapach – 3,5%, dotyk – 1,5% i smak – 1% (Łasiński 2000: 68, wg *Medium*).

Sytuacja podczas spotkania powitalnego rezydenta z jego gośćmi w hotelu stwarza korzystne warunki dla uaktywnienia różnych zmysłów. Słowom zawsze towarzyszy pokaz wizualny z wykorzystaniem map, zdjęć, obrazów, ulotek... Skuteczność zatrzymania w pamięci informacji uzyskanych z samego przekazu słownego wynosi 10%, z przekazu wizualnego – 20%, a połączenie obu tych sposobów komunikowania (z którym mamy do czynienia w tej sytuacji) wzmacnia skuteczność do poziomu 65% (Łasiński 2000: 69). U niektórych organizatorów turystycznych spotkanie powitalne nosi nazwę „koktajl powitalny”; jak nazwa wskazuje, w trakcie spotkania turyści zwykle częstowani są napojem. Prezentacja regionu turystycznego może być także w dość prosty sposób wzbogacona o oddziaływanie na pozostałe zmysły, pokazując np. miejscowe przyprawy, elementy ubioru, kamienie, czy muszelki. Pozwala to w jeszcze większym stopniu pobudzić wyobraźnię słuchaczy.

Kompetentne reprezentowanie firmy, wyposażenie turystów w wiedzę, rozbudzenie w nich potrzeby lepszego poznania regionu i przekonanie do udziału w oferowanych imprezach fakultatywnych to główne cele wystąpienia rezydenta. Są one zgodne z celami, które pojawiają się w systemowym modelu prezentacji (Łasiński, Wiejak 2004). O stopniu, w jakim rezydent zrealizował zamierzone cele, w najbardziej widoczny

sposób świadczy udział turystów w proponowanych przez rezydenta wycieczkach. Ocena innych efektów tej komunikacji, jak np. lojalności klientów wobec firmy przy kolejnych wyjazdach, zgromadzonego zasobu wiedzy o odwiedzanym regionie czy poczucia bezpieczeństwa w trakcie przebywania pod opieką danego rezydenta nie jest już tak wymierna.

Sprawność działania prezentacyjnego będzie się manifestować w formie wielkości udziału turystów w wycieczkach fakultatywnych. Sprawność może być rozumiana jako skuteczność, efektywność, ekonomiczność lub korzystność (Łasiński, Chmielewska, Głowicki 2004). W tej sytuacji najbardziej odpowiednie będzie przyjęcie do oceny sprawności pojęcia „skuteczności”, czyli sprawdzenia zgodności wyniku z zamierzonym celem. Należy założyć pewien próg skuteczności, który będzie dawał możliwość wymiernej oceny działania prezentacyjnego rezydenta. Taki próg może stanowić np. średni poziom sprzedaży w danym regionie, średni poziom sprzedaży z poprzedniego sezonu, czy też średni poziom sprzedaży w danym hotelu. A jeżeli „średni” okaże się progiem zbyt wysokim lub zbyt niskim, to można ustalić inny, odpowiedni dla zaistniałych okoliczności.

Aby móc osiągnąć zamierzony cel i aby działanie miało najwyższą sprawność, pomocne będzie świadome zastosowanie perswazji. „Perswazją wpływamy na czyjeś stany uczuciowe, postanowienia, zamiary” (Pszczółowski 1974: 38). Środki, którymi dysponuje, składają się na triadę: ethos – pathos – logos. Wywodzi się ona z antycznego podziału sięgającego do trzech źródeł prawdy (Arystoteles *Retoryka* 1356a; Wasilewski i Skibiński 2008: 154). Ethos to wiarygodność mówcy wobec słuchacza; za pomocą środków pathosu mówca wzrusza, za pomocą logosu natomiast udowadnia na podstawie wiarygodnych przesłanek (Arystoteles *Retoryka* 1356a).

Pojęciem bliskim „perswazji” jest pojęcie „przekonywania”. Perelman (2004) tłumaczy, iż perswazja występuje podczas mowy do audytorium szczególnego, natomiast przekonywanie – do audytorium powszechnego. Za audytorium powszechne autor uznaje audytorium mówcy, który w swojej mowie posługuje się argumentami poddającymi się uniwersalizacji, czyli ogólnie akceptowanymi (Perelman 2004: 31). Jakie więc audytorium będzie stanowiła grupa turystów podczas wystąpienia powitalnego rezydenta? Zgodnie z powyższym rozróżnieniem, będzie to zależało od sposobu konstrukcji mowy przez samego rezydenta. Jeżeli przeprowadzi on prezentację bez uwzględnienia specyfiki członków grupy i jej potrzeb, skupiając się jedynie na przesłankach uniwersalnych, wtedy mówi do audytorium, które uznaje za powszechne. Jeśli jednak zastosowana przez niego argumentacja będzie ukierunkowana na potrzeby i wartości ważne dla konkretnej grupy, wtedy mówi do audytorium szczególnego. U wielu rezydentów stosowane argumenty mają charakter uniwersalny, co nadaje prezentacjom bardziej przekonujący aniżeli perswazyjny charakter.

Pascal stwierdza, że ludzie częściej kierują się kaprysem i uczuciem niż umysłem (Pszczołowski 1974: 39). Warto tu także wspomnieć o freudowskiej metaforze góry lodowej. Góra lodowa składa się z dwóch części: niewielkiej widocznej i olbrzymiej niewidocznej, stanowiącej jej podstawę. Tak samo człowiek – „odkrywa się” tylko w niewielkiej części (poprzez zachowania, słowa itd.), podczas gdy podstawa tych zachowań pozostaje niewidoczna i często nieuświadomiona (postawy, motywy, aspiracje, uprzednie doświadczenia). W przypadku decyzji dotyczących aktywności turystycznych, wybór turysty jest niekoniecznie racjonalny i niekoniecznie zmierza do maksymalizacji zysku; uczucia, emocje i uprzednie doświadczenia odgrywają ogromną rolę w podejmowaniu decyzji dotyczących

tej specyficznej sfery czasu wolnego. Przy doborze środków perswazji, rezydent powinien więc zwrócić uwagę na to, aby pobudzały one przede wszystkim sferę emocjonalną i wolicjonalną. Może w trakcie prezentacji dodatkowo zadać turystom pytanie o to, co chcieliby zobaczyć, co ich interesuje?

Badania wskazują na to, że ważnym impulsem, który może wpływać na decyzje turystów, są również opinie innych osób (Sirakaya, Woodside 2005: 818; za Mayo, Jarvis 1981). W związku z tym, do treści samej prezentacji można włączyć zasłyszane opinie innych osób, a także swoje własne, możliwie najbardziej pozytywne oceny. Sama prezentacja nie może oczywiście wpłynąć na to, co turyści już usłyszeli lub mogą jeszcze usłyszeć na temat oferowanego produktu, ale jest jednym z etapów budowania dobrego wizerunku pośród turystów, którzy później mogą stać się kolejnym nośnikiem opinii.

W przypadku wyjazdów wakacyjnych dochodzi jeszcze jeden czynnik, który może w znaczący sposób wzmocnić oddziaływanie rezydenta – czynnik przeniesienia człowieka z jego codziennego środowiska w inne. Pszczołowski (1974: 11) pisze: „Byt określa świadomość, stąd przekształcenie form życia albo przeniesienie człowieka z jego środowiska w inne przekonywa o wiele skuteczniej niż argumentacja słowna”. Nikogo nie dziwi, że turysta, który wysiada z samolotu i widzi wokół siebie „rajski” krajobraz, którego nie ma na co dzień, chce jak najwięcej poznać, zobaczyć, doświadczyć.

Można także odwołać się do badania motywów wyjazdów wakacyjnych przeprowadzonego przez Cromptona (1979). Jeden z nich to edukacja: turysta wykorzystuje sytuację pobytu w obcym regionie po to, aby zwiedzić kolejne atrakcje, przez co powiększy swój zasób wiedzy i doświadczenia.

Przekonując turystę do podjęcia różnorodnych aktywności turystycznych, rezydent dysponuje potężnym orężem w postaci

argumentacji. „Argumentacja nie ma wyłącznie na celu uzyskania u słuchaczy zgody czysto intelektualnej. Bardzo często chce ona pobudzić do działania, lub co najmniej stworzyć do niego dyspozycję” (Perelman 2004: 25).

W trakcie wystąpienia rezydent musi mieć na uwadze osoby, do których się zwraca, ich sytuację oraz możliwe motywy i bariery ich działania. „Ażeby oddziaływać skutecznie swoją mową, orator musi dopasowywać się do audytorium. [...] mówca może przyjąć za punkt wyjścia swego rozumowania jedynie tezy uznane wcześniej przez tych, do których się zwraca” (Perelman 2004: 34).

W dalszej części pracy autorzy przedstawiają ogólne wytyczne w zakresie zachowań retorycznych w pracy rezydenta w oparciu o analizowaną literaturę i wstępnie poczynione obserwacje.

3. Profesjonalizm w zawodach bezpośrednio obsługi turystów

Dobra opieka ze strony rezydenta i jego komunikacja z grupą wpływa na samopoczucie gości, jak również pozwala skuteczniej zachęcić ich do udziału w oferowanych im wycieczkach. Zadowolenie turystów z pobytu stwarza szansę pozyskania klienta lojalnego wobec firmy. Dla pozyskania lojalnego klienta niezwykle istotną sprawą jest zachęcenie go do udziału i atrakcyjne przeprowadzenie wycieczek fakultatywnych. Literatura podkreśla zależność występującą pomiędzy motywacją turysty, aktywnościami podjętymi w trakcie pobytu w odwiedzanym regionie a satysfakcją z pobytu (Armario 2008).

Turystyka związana jest z przemieszczeniem oraz dialogiem międzykulturowym. Jak już wcześniej wspomniano, reprezentant biura podróży, opiekujący się grupą turystów, pełni rolę

pośrednika w komunikacji przyjezdnych z ludnością miejscową, a równocześnie interpretatora nowego środowiska i jego atrakcji. Istotą pracy rezydenta jest mówienie publiczne, a narzędziem – prezentacja. W związku z tym zaskakujący jest fakt, że tak niewiele uwagi poświęca się na zgłębienie problemu komunikowania się przewodników, pilotów i rezydentów z grupą turystów.

Próbie oceny pewnych wymiarów kompetencji komunikacyjnych przewodników w opiniach francuskich, niemieckich i amerykańskich turystów podejmuje Leclerc i Martin (2004). Ocenie zostały poddane:

- niewerbalne elementy komunikacji: przystępność, poza, umiejętność przyciągnięcia uwagi, kontakt dotykowy;
- elementy werbalne: dopasowanie języka, umiejętność zbudowania relacji interpersonalnych, asertywność;
- oraz cechy osobowościowe: otwartość, osobiste zaangażowanie, umiejętność wzbudzenia zainteresowania, spostrzegawczość, szczerłość.

Badanie to pokazało pewne różnice w postrzeganiu istotnych kompetencji komunikacyjnych przewodników przez turystów amerykańskich i europejskich. Za wyjątkiem aspektu cech osobowościowych przewodnika, kompetencje komunikacyjne są postrzegane jako ważne przez turystów amerykańskich w istotnie wyższym stopniu aniżeli przez turystów europejskich. Autorzy dostrzegają potrzebę dalszych tego typu badań, zwłaszcza wśród turystów europejskich, ale ograniczając zasięg do klientów jednego touroperatora i należących do jednej narodowości.

W innym badaniu (Ap, Wong 2001) gruntownej analizie zostały poddane profesjonalizm i standardy obsługi turystów przez przewodników pracujących w Hong Kongu. Autorzy identyfikują główne wyzwania pojawiające się w takiej pracy, a także podkreślają, że przyczyn braków w profesjonalnej

obsłudze turystów upatrywać należy przede wszystkim w niedostatku szkoleń i praktyk dla przewodników, braku systemu certyfikacji uprawnień, a także dużego nacisku ze strony biura na wycieczki „zakupowe”, od których reprezentant biura otrzymuje dodatkową prowizję.

Istotne aspekty jakości obsługi klienta przez przewodników, także na przykładzie przewodników pracujących w Hong Kongu, podjęli w swoim badaniu Zhang i Chow (2004). Przewodnicy byli oceniani przez turystów za pomocą kwestionariusza *Importance-Performance*, w którym turyści zaznaczali, jak ważne są według nich poszczególne kompetencje przewodnika i w jakim stopniu zostały one zrealizowane. Ocenie poddano 20 cech ważnych z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego. Były to:

- komunikacja w dialekcie miejscowym,
- dobre przeszkolenie,
- tworzenie przyjaznej atmosfery,
- umiejętność rozwiązywania problemów,
- znajomość regionu,
- udzielanie gościom informacji o miejscowych zwyczajach,
- dobre umiejętności prezentacyjne,
- zaznajomienie gości z planem dnia,
- informowanie gości o miejscowych przepisach bezpieczeństwa,
- wprowadzanie ich do zaufanych sklepów,
- punktualność,
- wykonywanie usług według planu wyjazdu,
- zwracanie uwagi na szczegóły,
- szczerłość i wiarygodność,
- wzbudzenie zaufania klientów,
- życzliwość,

- gotowość do pomocy,
- poczucie humoru,
- czysty i schludny wygląd,
- uprzejmość.

Badania pokazały, że powyższe aspekty pracy przewodników są pozytywnie postrzegane przez turystów, sugeruje się jednak, aby większą uwagę zwrócić na umiejętność rozwiązywania przez przewodników pojawiających się problemów. Turyści postrzegali bowiem tę umiejętność jako jedną z najważniejszych, ale równocześnie jedną ze słabiej realizowanych przez przewodników.

Cecha „dobre umiejętności prezentacyjne” otrzymała oceny powyżej średnich zarówno w aspekcie jej ważności, jak i stopnia realizacji, co oznacza, że w opinii turystów, umiejętności prezentacyjne przewodników są na odpowiednim poziomie. Badania wykazały jednak, że wciąż istnieje potrzeba podnoszenia jakości profesjonalnej obsługi klienta, ponieważ respondenci przyznawali każdej z analizowanych cech bardzo wysoką ważność.

4. Proces podejmowania decyzji i motyw aktywności turystycznej

Profesjonalna obsługa turystów powinna opierać się na wnikliwej analizie motywów kierujących zachowaniem turystów oraz procesu podejmowania przez nich decyzji o charakterze wypoczynku urlopowego. Wiedza taka pozwoli bardziej celowo ukierunkować przekaz informacji, jak również lepiej dopasować ofertę do potrzeb i wymagań klientów.

Hyde i Laesser (2009) opracowali „strukturalną teorię wakacji”, która służył opisowi ich makro- i mikrostruktury. Wakacje

rozumiane są jako realizacja podróży, zawierającej nocleg lub noclegi poza miejscem zamieszkania, której celem jest relaks i rekreacja. Makrostruktura wakacji została podzielona według kryterium elastyczności planu podróży oraz liczby odwiedzanych miejsc. W ten sposób wyróżniono:

- wakacje pobytowe – „*stay put vacations*” – odbywające się w jednym regionie według założonego wcześniej harmonogramu;
- zaplanowane wakacje objazdowe – „*arranged touring vacations*” – obejmujące krótkie pobyty w większej ilości miejsc, zgodnie z ustalonym harmonogramem;
- indywidualne wakacje objazdowe – „*freewheeling touring vacations*” – obejmujące krótkie pobyty w większej ilości miejsc, według indywidualnych upodobań uczestników wyjazdu.

Badanie przeprowadzone na reprezentatywnej próbie Szwajcarów wykazało, że wakacje typu „*stay put*” stanowią 89% wszystkich podejmowanych przez nich wyjazdów. Do tego typu wyjazdów zaliczyć należy wakacje spędzane u rodziny lub znajomych, wyjazdy wakacyjne do domku letniego, ale też wczasy zorganizowane i zakupione w biurze turystycznym.

Makrostruktura wakacji oddziałuje na ich mikrostrukturę. Hyde i Laesser (2009) wyróżniają wewnątrz mikrostruktury te elementy, w stosunku do których turysta podejmuje decyzje podstawowe – przed rozpoczęciem wakacji oraz elementy, co do których podejmuje decyzje wtórne – tj. w trakcie pobytu na wakacjach. W przypadku „*stay put vacations*” do podstawowych decyzji turysty należą: wybór regionu, czas (kiedy i jak długo), towarzystwo, w jakim spędza wakacje, środek transportu i droga do wybranego miejsca, przeznaczony budżet, miejsce noclegów oraz podstawowy sposób spędzania czasu wolnego. Są to elementy współzależne. Wśród decyzji wtórnych autorzy

wymieniają: aktywności czasu wolnego, odwiedzane atrakcje, zakupy i gastronomię. Na wybór i udział turystów w wycieczkach fakultatywnych będą więc miały wpływ zarówno decyzje podstawowe, jak i wtórne, co oznacza, że decyzja o udziale w imprezach fakultatywnych może zapadać przed lub już w trakcie urlopu.

Istnieją liczne teorie opisujące proces podejmowania decyzji przez podróżnych. Sirakaya i Woodside (2005) dokonują szczegółowej analizy funkcjonujących koncepcji. W przypadku usług turystycznych nie ma uniwersalnej teorii podejmowania decyzji, jednak istniejące koncepcje pozwalają na lepsze poznanie stylów zachowań turystów i determinant ich wyborów. Zmienne, które wpływają na podjęcie przez turystę decyzji można uporządkować w cztery grupy: czynniki wewnętrzne, czynniki zewnętrzne, zamierzony charakter podróży oraz doświadczenia z podróży. Autorzy odwołują się m.in. do dwóch modeli podejmowania decyzji: „behawioralnego” (*behavioral approach*), który identyfikuje poszczególne fazy podejmowania decyzji przez turystę oraz modelu zwanego „zestawem wyborów” (*choice-set approach*), według którego turysta dysponuje pewnym zestawem możliwych alternatyw, a w procesie podejmowania decyzji eliminuje poszczególne z nich aż do ostatecznego wyboru, co przypomina schemat tzw. „nibylejka”.

Elementy teorii podejmowania decyzji są bardzo istotne z punktu widzenia perswazji w pracy rezydenta z grupą turystów. Należy podkreślić, że turysta podejmuje na ogół decyzje racjonalnie, a produkt turystyczny posiada pewne szczególne właściwości: jego zakup jest związany z ryzykiem, a decyzje wymagają rozległego podejścia do problemu i długofalowego planowania (Sirakaya, Woodside 2005; za Wahab, Cropmton, Rothfield 1976). W przypadku wyjazdów wakacyjnych ryzyko związane jest m.in. z trudnością oceny rzeczywistego standardu

obiektu czy jakości oferowanej usługi. Dlatego właśnie przy dokonywaniu wyboru przez turystę znacznie większą siłę oddziaływania mają reklama szeptana i wszelkie osobiste opinie aniżeli bezosobowe media. Na decyzje turysty wpływają przyjaciele, rodzina i towarzysze podróży (Sirakaya, Woodside 2005; za Mayo, Jarvis 1981). Przede wszystkim należy zaznaczyć jednak wpływ dzieci i ich potrzeb integracji oraz aktywnego spędzenia czasu wolnego (Sirakaya, Woodside 2005; za Woodside, MacDonald, Burford 2004). Ważny jest też stały styl życia urlopowiczów (Sirakaya, Woodside 2005; za Van Raaij, Francken 1984). Wybór jest również uwarunkowany interakcjami zachodzącymi pomiędzy poszczególnymi intencjami wyjazdu (Sirakaya, Woodside 2005; za Woodside, Lysonski 1989). Trzeba też mieć na uwadze, że decyzja podejmowana przez turystę nie zawsze musi dążyć do maksymalizacji zysku (Sirakaya, Woodside 2005; za Woodside, MacDonald 1994). Olbrzymią rolę kształtującą zachowanie turysty w trakcie wakacji odgrywają emocje i uczucia.

Sposoby podejmowania decyzji przez turystów oraz zmienne psychospołeczne stanowiły każde z osobna podstawę dla dokonywania podziałów pośród turystów prezentujących odmienne schematy postępowania. Typologia Decrop i Snelders (2005) reprezentuje nowe podejście, które bazuje na obu powyższych kryteriach. Wcześniej podziały były dokonywane na podstawie tylko jednego z nich, tj. albo zmiennych psychospołecznych (starsze typologie), albo stylach podejmowania decyzji (nowsze typologie).

Decrop i Snelders (2005) wyróżniają następujące typy urlopowiczów: przyzwyczajonego, racjonalnego, hedonistycznego, oportunistycznego, podporządkowanego oraz adaptującego się. Turysta przyzwyczajony często powtarza swoje stałe nawyki urlopowe. Chce czuć się na wakacjach „jak w domu” i nie za-

mierza za każdym razem na nowo przyzwyczajać się do innego środowiska. Turysta racjonalny stara się możliwie ograniczać ryzyko związane z nietrafnym wyborem wyjazdu wakacyjnego. Często przyzwyczajają się do tego samego agenta turystycznego. Dokonuje wyboru wczasów na dobrym poziomie, choć nie zawsze jest to wybór najlepszy z możliwych. Turysta hedonistyczny spędza dużo czasu rozmyślając o wakacjach i zbierając na ich temat różnorodne informacje. Ostatecznie wybrana destinacja najczęściej nie należy do tych rozważanych w pierwszym momencie. Podczas wakacji turystę hedonistycznego cechuje także hedonistyczna konsumpcja. Turysta oportunistyczny niewiele zastanawia się nad planami wakacyjnymi. Raczej czeka na okazję i zachętę płynącą z zewnątrz, nie poszukuje aktywnie informacji, a jego wakacje są w dużej mierze przypadkowe. Turysta podporządkowany ulega decyzjom wakacyjnym innych, które niekoniecznie mu się podobają. Stoi w opozycji do turysty hedonistycznego. Turysta adaptujący się dopasowuje plany wakacyjne do sytuacji, w jakiej się znajduje, jest elastyczny i zdolny, aby w każdym momencie zmienić wcześniejsze założenia; nie lubi schematów. Decyzje o wakacjach podejmowane są przez niego niedługo przed wyjazdem.

Różnorodne sposoby zachowania turystów, ich styl podejmowania decyzji o wyjeździe urlopowym oraz właściwe ich rozpoznanie może być także cenną wskazówką w przypadku sprzedaży wycieczek fakultatywnych przez rezydentów. Sposób perswazji w kontakcie z każdym z wyróżnionych typów turystów powinien odwoływać się do innych oczekiwań – np. podkreślać domową atmosferę, wskazywać korzyści racjonalne czy też przedstawiać szczególny urok miejsca. Opisana powyżej typologia urlopowiczów została stworzona w oparciu o badania przeprowadzone na belgijskich turystach, których cechy i opinie są uznawane za dobry wskaźnik ogólnoeuropejskich tendencji.

Ważnymi czynnikami decydującymi o udziale turysty w poszczególnych aktywnościach wyjazdowych są kierujące nim motywy. Najczęściej przywoływana klasyfikacja motywów turystycznych (Crompton 1979) wyróżnia ich dziewięć. Siedem z nich (motywy wewnętrzne) związane są ze sferą psychospołeczną turysty, natomiast dwa (motywy zewnętrzne) związane z samą destynacją turystyczną. Ta dwoistość motywów ujmowana jest jako opozycja popychania (*push*) i przyciągania (*pull*). Literatura odnosząca się ściśle do motywacji turystycznej rozpatruje motywy w aspekcie tych dwóch kategorii.

Wśród tzw. motywów „*push*” Crompton wymienia:

- ucieczkę od codziennej rutyny, rozumianą jako fizyczną i psychiczną odmianę od zajęć życia codziennego;
- możliwość sprawdzenia się w odmiennym środowisku i sytuacji;
- relaks – przede wszystkim mentalny;
- prestiż, który maleje wraz ze zwiększaniem się częstotliwości i dostępności wczasów;
- regresję, rozumianą jako cofanie się w swoim zachowaniu np. do wieku lat dziecięcych albo poszukiwanie prostszego stylu życia;
- umacnianie więzi rodzinnych poprzez spędzenie pewnego okresu czasu w towarzystwie bliskich;
- zawieranie nowych znajomości, także z ludnością miejscową.

Wśród motywów typu „*pull*” Crompton wymienia dwa:

- poszukiwanie nowości
- edukację, rozumianą głównie jako „namacalne” poznawanie i doświadczanie.

Wyróżnione motywy funkcjonują zwykle w różnorodnych kombinacjach. Badanie przeprowadzone przez Cromptona pokazuje, że większe znaczenie dla jednostek mają motywy typu

„*push*”, a więc nie te związane bezpośrednio z określoną destynacją, ale z zaspokajaniem psychospołecznych potrzeb. Sami turyści w pierwszej kolejności wymieniali motywy typu „*pull*”, ale w trakcie prowadzonych wywiadów uświadamiali sobie, że czynnikami, które znacznie bardziej kierują ich zachowaniem, są motywy wewnętrzne. W związku z tym, strategie często stosowane w marketingu regionów turystycznych, zwłaszcza do lat siedemdziesiątych ubiegłego stulecia, które przede wszystkim podkreślały zewnętrzne walory atrakcji turystycznych, okazują się być niedopasowane do zapotrzebowania ze strony samych turystów. Promocja regionu turystycznego, ale także aktywna sprzedaż wycieczek fakultatywnych, możliwych do zrealizowania w danym regionie, powinny w znacznie większym stopniu aktywować bodźce psychospołeczne.

Na podstawie badania przeprowadzonego na portugalskich turystach sformułowano wniosek, że decyzja turystów o podróży do egzotycznych miejsc wynika z pragnienia poznania, posiadania statusu społecznego i intelektualnej przyjemności. Ujawnia się tu aspekt „*push*”, który z kolei wpływa na dostrzeganie motywów typu „*pull*” (Correia, Oom do Valle, Moco 2007). Turysta, który podróżuje do egzotycznych zakątków świata, pragnie przede wszystkim odnieść korzyści społeczne i intelektualne. Dlatego też należy zwracać szczególną uwagę na oferowane mu atrakcje, bo czas wolny i relaks nie jest przez niego rozumiany jako „*nicnierobienie*”.

Jedną z propozycji wykorzystania wolnego czasu, która czeka turystów w miejscu ich urlopu, są imprezy fakultatywne. Ponieważ znaczna część wyjazdów wakacyjnych to wyjazdy pobytowe (89%), należy zwrócić uwagę na wypełnienie turystom czasu wolnego w sposób dla nich atrakcyjny. Udział w imprezach fakultatywnych wpływa na satysfakcję gości z pobytu w danym regionie (Armario 2008), w związku z tym może też

oddziaływać na dalszą lojalność tychże klientów w stosunku do firmy. Osoby, które mają bezpośredni kontakt z gośćmi, a więc są w stanie obserwować ich zachowania, preferencje, zadowolenie, w swojej pracy wykorzystują przede wszystkim mowę, głos, gestykulację, mimikę, a także cały swój wizerunek.

Rezydent, który opiekuje się grupami turystów podczas ich pobytu na wakacjach, ma za zadanie sprzedawanie wycieczek fakultatywnych. Wydajność jego pracy mierzona jest poprzez liczbę osób, które udało mu się skutecznie zachęcić do wzięcia udziału w oferowanych wycieczkach. Ze względu na to istnieje szansa zidentyfikowania najbardziej perswazyjnych sposobów komunikowania się z grupą turystów. Rozpoznanie takie może być cenne nie tylko z ekonomicznego punktu widzenia, ale może także podnieść jakość obsługi turystów, co znajdzie swoje przełożenie w ich satysfakcji z urlopów.

5. Podsumowanie

Dotychczasowe badania poświęcają niewiele miejsca na problematykę „komunikacji w turystyce” (Leclerc, Martin 2004), a przecież w nowym miejscu, w kontakcie z nieznanym środowiskiem, możliwość komunikowania się jest szczególnie ważna. O ile pojawiają się pewne prace badawcze dotyczące przewodników turystycznych, o tyle zawód rezydenta jest badany w nikłym stopniu. W przypadku pracy przewodnika, który według ustawodawstwa polskiego, ma w swoich obowiązkach kompetentne udzielanie informacji o odwiedzanym miejscu, komunikacja jest czynnikiem kluczowym. Prowadzone badania wykazały, że turyści dostrzegają olbrzymią wagę kompetencji komunikacyjnych u osób zajmujących się bezpośrednią obsługą turystów, ale pokazały także pewne braki w systemie ich kształ-

cenia – na przykładzie badań przeprowadzonych w Hong Kongu.

Efektywna komunikacja pilota-rezydenta (ale także każdego innego pilota wycieczek, przewodnika turystycznego i innych osób biorących udział w bezpośredniej obsłudze turystów) z grupą turystów powinna uwzględniać potrzeby i oczekiwania turystów względem samej konsumpcji turystycznej, ich sposobu zachowania się podczas wakacji oraz sposoby podejmowania przez nich decyzji. W mówieniu publicznym, którego adresatem jest audytorium „na wakacjach”, należałoby zwrócić szczególną uwagę na to, że:

- w swoim czasie wolnym turysta decyduje całkowicie dobrowolnie o swoich zachowaniach; dlatego, aby przekonać go do działania, należy zaprezentować mu subiektywną korzyść związaną z tym działaniem,
- emocje i wrażenia mają olbrzymie znaczenie w dokonywaniu przez turystę wyboru dotyczącego udziału w wycieczkach fakultatywnych, dlatego też warto, aby język wypowiedzi obejmował projekcję przyszłych doświadczeń turysty, np. „malował krajobrazy”, „konstruował przeżycia” itp.
- w sferze aktywności turystycznej subiektywne opinie znaczą więcej niż slogany reklamowe, dlatego szczególnie cenne mogą stać się dyskretne komentarze „od siebie”,
- udział w różnych aktywnościach urlopowych bardzo zależy od towarzyszy wspólnego wyjazdu, a szczególnie od dzieci; oznacza to, że dobór właściwej argumentacji powinien zostać poprzedzony wstępną analizą audytorium i jego możliwych oczekiwań,
- motywy, kierujące turystami, dotyczą w większym stopniu sfery psychospołecznej tych osób aniżeli cech samej destynacji urlopowej; należy zatem skupić się bardziej

na tym, jak ważne potrzeby zaspokoić mogą proponowane im aktywności turystyczne, niż na tym, jak niezwykle produkt jest im oferowany.

Autorzy dostrzegają potrzebę przeprowadzenia badań nad komunikowaniem się rezydentów z turystami. Badania takie pomogą zidentyfikować najskuteczniejsze środki perswazji w odniesieniu do zjawiska pobytowej turystyki zorganizowanej. W przygotowaniu jest projekt badań, które dotyczyć będą kompleksowej analizy zjawiska, obejmującej:

- analizę motywów kierujących aktywnością turystyczną klientów wybranego touroperatora na określonym wybrzeżu – z uwzględnieniem cech demograficznych samych turystów,
- wielkość i charakter udziału w poszczególnych imprezach fakultatywnych z oferty macierzystego touroperatora i z oferty konkurencyjnej,
- analizę treści wystąpień poszczególnych rezydentów,
- analizę dokumentów wewnętrznych firmy – wyników sprzedażowych i ocen pracowniczych rezydentów.

Taki charakter badań umożliwi bardziej obiektywne poznanie uwarunkowań decyzji podejmowanych przez turystów w zakresie udziału przez nich w imprezach fakultatywnych w trakcie ich urlopu. Pozwoli to na lepsze dostosowanie środków perswazyjnych, w tym konstruowanie argumentów i bardziej celowe ich wykorzystanie w przeprowadzanych przez rezydentów prezentacjach.

O zawodzie rezydenta często mówi się „zawód marzeń”. I rzeczywiście tak jest, chociaż praca daleko od ojczyzny i spotkanie podczas każdego turnusu nowych ludzi nie zawsze jest łatwe. Ponieważ w miejscu urlopu rezydent jest zwykle jedynym przedstawicielem biura turystycznego, to od niego

w znacznej mierze zależy, w jaki sposób jego goście będą spędzać swój czas wolny i z jakimi opiniami na temat organizatora powrócą z wakacji.

Nikt nie ma wątpliwości co do tego, co oznacza, że lekarz, nauczyciel, czy sportowiec jest skuteczny. A w jaki sposób zinterpretować należy określenie „skuteczny rezydent”? Z czysto ekonomicznej perspektywy to ten, który przekona gości do udziału w jak największej liczbie imprez fakultatywnych, z perspektywy etyki zawodu – ten, który sprawi, że jego goście będą zadowoleni z wakacji. Jak wskazują niektóre z przytoczonych w artykule badań, obie te ścieżki są sobie bliskie.

Bibliografia

- Ap, J. i K. K. F. Wong 2001. „Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems”. *Tourism Management* (22). 551-563.
- Armario, E. M. 2008. „Tourist satisfaction: an analysis of its antecedents”. *Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*. Salvador De Bahia. 367-382.
- Arystoteles. 2009. *Retoryka. Retoryka dla Aleksandra. Poetyka*. Przekł. H. Podbielski. Warszawa: PWN.
- Correia, A.; P. Oom do Valle i C. Moco. 2007. „Modelling motivations and perceptions of Portuguese tourist”. *Journal of Business Research* (60). 76-80.
- Crompton, J. L. 1979. „Motivation for pleasure vacations”. *Annals of Tourism Research*, VI (4). 408-424.
- Decrop, A. i D. Snelders. 2005. „A grounded typology of vacation decision-making”. *Tourism Management* (26). 121-132.

- Hyde K. F. i Ch. Laesser. 2009. „A structural theory of the vacation”. *Tourism Management* (30). 240-248.
- Łasiński, G. 2000. *Sztuka prezentacji*. Poznań: Oficyna Wydawnictwa eMPi² s.c.
- Łasiński G. i K. Wiejak. 2004. „Identyfikacja procesów komunikowania w wybranych formach procesów społecznych (ujęcie prakseologiczno-systemowe)”. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu* (1044). 60-72.
- Łasiński, G., M. Chmielewska i P. Głowicki. 2004. „Próba oceny sprawności komunikowania w wybranych formach zachowań społecznych”. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu* (1044). 122-131.
- Leclerc, D. i J. N. Martin. 2004. „Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions”. *International Journal of Intercultural Relations*. (28). 181-200.
- Perelman, Ch. 2004. *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Pszczółowski, T. 1974. *Umiejętność przekonywania i dyskusji*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Sirakaya, E. i A. Woodside. 2005. „Building and testing theories of decision making by travellers”. *Tourism Management*, (26). 815-832.
- Zhang, H. Q. i I. Chow. 2004. “Application of importance-performance tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in HongKong”. *Tourism Management*, (25). 81-91.

Retoryka w dyskursie mody

Anna Karwowska

Streszczenie. Artykuł omawia techniki perswazji, stosowane w internetowym dziennikarstwie modowym w celu przekonania czytelniczek do akceptacji nowych trendów. Korpus stanowią włoskie internetowe publikacje dotyczące mody. Na podstawie analizy tekstów zidentyfikowano zestaw specyficznych środków retorycznych – topos czasu, autorytetu, przyczyny sprawczej oraz charakterystyczną metaforykę – wykorzystywanych, aby przekonywać potencjalne klientki do kupna modnych strojów.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza specjalistyczna, prasa modowa, perswazja, argumentacja, toposy, język włoski

Rhetoric in the discourse of fashion

Abstract. *The paper discusses persuasion techniques applied in the Internet fashion press to convince its woman readers to accept new trends. The analysed corpus is based on Italian texts that present fashion. The study has identified a set of characteristic rhetorical means, such as the topos of time, of authority, of the efficient cause, as well as peculiar metaphors, which are useful for persuading potential customers to buy fashionable wear.*

Key words: *rhetoric, specialised knowledge, fashion press, persuasion, argumentation, topoi, Italian*

1. Wstęp

Najistotniejszą cechą mody jest jej ciągła zmienność. Ludzie, jeśli chcą za nią podążać, powinni śledzić uważnie wskazówki pochodzące od znawców. Komunikacja specjalistyczna w modzie obejmuje profesje związane z modą (stylista, projektant, krawiec, modelka, organizator pokazów) i popularyzujące modę (dziennikarstwo modowe). Porady dotyczące mody są publikowane w magazynach o modzie, czy też – jak w przypadku analizowanym w niniejszej pracy – na stronach internetowych poświęconych modzie. Artykuły o modzie odgrywają ważną rolę w przekonaniu czytelniczek do wybrania i zaakceptowania nowych tendencji. Poprzez teksty poświęcone najnowszym tendencjom w modzie kobiety są zachęcane do kupna określonego ubrania, do wyboru konkretnego koloru czy wzoru.

Svendsen (2002: 28) zauważa, że od modnego przedmiotu z założenia nie żąda się niczego, oprócz tego, by był nowy. Moda, wedle Svendsena, jest irracjonalna: podąża za zmianą dla czystej zmiany, a nie po to, by poprawić dany przedmiot, uczynić go na przykład bardziej funkcjonalnym. Według opinii Barthes'a, przytoczonej przez Rejakową (2004: 62), język opisujący modę musi pozwolić na zaakceptowanie kolejnych jej zmian. Nowy sposób wyrażania się ma sprawić, że poprzednia moda zostaje zapomniana. Jaki język i jakie argumenty wybierają zatem autorzy artykułów o modzie, by nadać sens zjawisku zasadniczo irracjonalnemu: zmianie dla zmiany?

2. Podejście teoretyczno-metodologiczne

We Włoszech moda zawsze stanowiła bardzo ważne zjawisko kulturowe, a dziennikarstwo modowe rozwijało się od dawna. W niniejszej analizie wzięto pod uwagę jedynie teksty o modzie

damskiej, traktujące o ogólnych tendencjach w modzie. Pomiędzy natomiast artykuły, prezentujące kolekcję konkretnego stylisty lub konkretnej marki. Korpus stanowi 168 tekstów, opublikowanych w 2007 roku na stronach internetowych włoskich magazynów dla kobiet:

- a) www.style.it – *Vanity Fair*, *Vogue*, *Glamour* (37 artykułów)
- b) www.donnamoderna.it – *Donna Moderna* (42 artykuły)
- c) www.stile.it – *Stile* (55 artykułów)
- d) www.cosmopolitan.it – *Cosmopolitan* (34 artykuły).

Powyższe tytuły ukazują się od wielu lat na rynku włoskim i cieszą się popularnością wśród czytelniczek, na których gusta niewątpliwie wpływają. Wszystkie artykuły publikowane były w stałej, regularnie uaktualnianej rubryce strony internetowej. Teksty mają długość od kilku do kilkunastu zdań. W poniższej egzemplifikacji, obok każdego cytatu podano źródło i datę publikacji. Tłumaczenia są mojego autorstwa.

Zadaniem retoryki „[...] nie jest przekonywanie, lecz dostrzeganie tego, co odnośnie do każdego przedmiotu może być przekonywające” (Arystoteles *Retoryka* 1356a 30). Interesujące jest zatem, w jakich narzędziach retorycznych autorzy tekstów o modzie dostrzegli potencjał perswazji. W niniejszym artykule mowa będzie o środkach perswazji należących do *inventio* (toposy czasu, autorytetu i przyczyny sprawczej, wraz z odnośnymi regułami preferencji) oraz o metaforach, głównie kognitywnych, które – jako leżące u podstaw konceptualizacji zjawiska mody – zaliczyć należy raczej do *inventio* niż do *elocutio*.

3. Topos czasu

Zgodnie z tym toposem, każda rzecz ma swój czas. Jak pisze Korolko (1998: 64), topos czasu dotyczy sytuacji, kiedy stan

rzeczy, do której chce się przekonać, jest w jakiś sposób zależny od czasu: od roku, dnia, czy też od sytuacji.

Topos czasu jest najczęściej wykorzystywanym toposem w tekstach o modzie, pojawia się w większości artykułów o modzie (127 na 168). W sumie, w 127 artykułach znalezionych zostało 176 przykładów różnych wersji toposu czasu.

Topos czasu regulowany jest przez dwie reguły preferencji, sformułowane przez Arystotelesa (zob. też Lewiński 1999: 87-88): (a) bardziej pożądane jest to, co jest przydatne zawsze lub często; (b) bardziej pożądane jest to, co jest przydatne w szczególnym momencie. Poniżej zanalizuję, w jaki sposób wykorzystywane są reguły preferencji dotyczące toposu czasu, aby przekonać czytelniczki do nowych trendów w modzie.

1.3. Bardziej pożądane jest to, co jest przydatne zawsze lub często

Stosując powyższą regułę preferencji, autorzy przekonują czytelniczki do ubrań klasycznych czy zawsze modnych trendów. Chociaż moda zmienia się bardzo szybko, istnieją modele, ubrania, kolory i akcesoria modne zawsze, które właśnie z tego powodu powinny znaleźć się w szafie każdej kobiety. *Zawsze* oznacza w tym przypadku *zawsze* od lat, niezależnie od zmian w modzie, lub *zawsze* w sensie „na każdą okazję, na każdą porę roku i dnia”. W artykułach o modzie znalazłam 12 przykładów, w których podkreśla się ponadczasowy charakter ubrań, np.:

- (1) La maglia da marinaio è un capo sempre attuale. (donna moderna, 29.03.)
- (1a) Marynarska koszulka jest zawsze aktualna.

Często w tym kontekście używa się terminów *klasyk* lub *evergreen*:

(2) *(La mini) è nata come bandiera della young age, ma è diventata un classico senza tempo (...).* (style, 06.03.)

(2a) (Mini) narodziła się jako sztandar young age, ale stała się ponadczasowym klasykiem.

Typowa dla włoskich artykułów o najnowszych tendencjach jest metaforyka zachodu słońca – modne trendy nigdy *nie zachodzą*:

(3) *Il décor animalier continua a dettare moda stagione dopo stagione, sembra non conoscere tramonto* (stile.it, 19.11.)

(3a) Zwierzęce wzory dyktują modę sezon w sezon, wydaje się, że nie gdy nie zachodzą.

Mijają więc sezony, przemijają zapominane szybko tendencje przejściowe, ale istnieją również tendencje ponadczasowe, które niezależnie od innych zmian są na topie z sezonu na sezon. W ciągu lat zmieniają się drobne szczegóły, ubrania noszone są na nowe sposoby, dobiera się do nich różne dodatki, ale zawsze są uwielbiane przez kobiety:

(4) *Sembra proprio che i jeans non possano conoscere crisi (...), sanno rinnovarsi sollecitando la golosità anche di chi nell'armadio ne ha già 5 o 6 paia.* (style.it, 15.10.)

(4a) Naprawdę wydaje się, że jeansy nie zaznają kryzysu (...), umieją się odnawiać, budząc apetyt również tych, co mają ich w szafie już 5 czy 6 par.

Jeśli jakieś ubranie *zawsze* było przydatne i modne, można przypuszczać z dużą dozą prawdopodobieństwa, że będzie ono niezbędne również *teraz*, dlatego właśnie warto je kupić. Wspomniana reguła preferencji jest używana zatem w celu przekonania do nowych tendencji, które są odpowiednie na każdą okazję, na każdą porę roku czy dnia. Użycie tej reguły zaobserwować można w 26 przykładach w korpusie. Istnieją zatem rzeczy znakomite na każdy dzień, pasujące do każdej sytuacji:

- (5) *Vanno di moda le borse grandi e capienti (...)! Perfette compagne di ogni giorno* (donnamoderna.it, 30.11.)
- (5a) Modne są torby duże i pojemne (...)! Znakomite towarzyszki każdego dnia.
- (6) *Per ogni donna, per ogni personalità, per ogni momento della giornata*. (stile.it, 31.10.)
- (6a) Dla każdej kobiety, dla każdej osobowości, na każdy moment dnia.

Czasem podkreśla się uniwersalność przedmiotu poprzez wyliczenie sytuacji, w jakich jego użycie jest stosowne:

- (7) *Le ballerine di primavera si adattano ad ogni occasione: comode per un'ora di shopping, eleganti per un party speciale*. (cosmopolitan.it, 16.03.)
- (7a) Wiosenne baleriny dostosowują się do każdej okazji: wygodne na godzinny shopping, eleganckie na specjalne party.
- (8) *Oversize. Con tante tasche. Di colori abbaglianti. E' l'identikit della sacca perfetta. Da portare in ufficio o in piscina, in viaggio o in città*. (donna moderna.it, 12.07.)
- (8a) Oversize. Z wieloma kieszeniami. W oślepiających kolorach. To rysopis perfekcyjnej torby-worka. Do noszenia w biurze lub na basenie, w podróży lub w mieście.

Ubranie ma większą wartość, jeśli jest odpowiednie na okazje formalne (praca, biuro), jak i na czas wolny (shopping, party, dyskoteka, itp.); wtedy, kiedy liczy się elegancja, jak również, gdy najważniejsza jest wygodna. Nie mamy tu jednak do czynienia z rzeczami przydatnymi w szczególnym momencie; jako że wymienione okazje są bardzo różnorodne, w praktyce dany trend nadaje się na każdą sytuację.

Tendencje mogą być również idealne zarówno na cały dzień, jak i na wyjście wieczorowe. Jeśli coś może być noszone o każdej porze dnia i nocy, to może być noszone praktycznie zawsze:

(9) *Indossato nelle notti d'estate regala atmosfere appassionanti, ma anche di giorno, il rosso non guasta mai. (stile.it, 10.04.)*

(9a) Zakładana w letnie noce tworzy pasjonującą atmosferę, ale również w dzień, czerwień nigdy nie zaszkodzi.

W zależności od pory dnia mogą zmieniać się jedynie detale, które czynią dany przedmiot bardziej odpowiednim do sytuacji.

Według powyższej reguły preferencji, lepsze też jest to, co może być noszone w każdym sezonie. Kobiety są więc często przekonywane, że określona tendencja jest idealna zarówno na wiosenno-letnie, jak i na jesienno-zimowe sezony:

(10) *Perfetti in inverno, super sexy in estate grazie al gioco seduttivo della trasparenza che inevitabilmente creano. (stile.it, 26.04.)*

(10a) Perfekcyjne zimą, super sexy latem, dzięki uwodzicielskiej grze przejrzystości, którą nieuchronnie tworzą.

Wykorzystując regułę preferencji „Bardziej pożądane jest to, co jest przydatne zawsze lub często”, podkreśla się zatem praktyczność i funkcjonalność rzeczy. Jeśli ubranie, kolor, akcesoria są odpowiednie do *wielu* sytuacji czy wręcz nadają się na *każdą* okazję, oznacza to, że są dobre, lepsze od tego, co przyda się tylko w szczególnych sytuacjach.

1.4. Bardziej pożądane jest to, co jest przydatne w szczególnym momencie

Radykalnie odmienna od poprzedniej, ta reguła preferencji jest wykorzystywana przede wszystkim w jednym przypadku: kiedy przedstawiany jest trend na określony sezon, do którego chce się zachęcić czytelniczki (138 przykładów w korpusie). Niewiele jest natomiast przypadków, w których reguła ta używana jest do wskazania jednego tylko momentu dnia lub jednej okazji, w której dana rzecz jest polecana (tylko 3 przykłady). W tekstach o modzie okres, w którym dana tendencja jest na topie, lub

moment najbardziej odpowiedni do noszenia jakiegoś ubioru, wskazywane są zawsze w sposób bardzo dokładny.

Najczęstszym wariantem stosowania tej reguły preferencji jest zróżnicowanie roku na cztery sezony. Często mówi się o ubraniach, akcesoriach, kolorach czy stylu, zaznaczając, że są one tendencją konkretnego sezonu i podając jego nazwę (24 przykłady). Podział na cztery sezony jest najczęściej spotykanym podziałem czasu w artykułach o modzie, np.:

(11) *Arriva dall'Australia l'ultimo must per l'inverno. Sono gli sheep boots, gli stivali in pelo di pecora comodi e caldissimi. (cosmopolitan.it, 05.12)*

(11a) Przybywa z Australii ostatni must have zimny. Są to sheep boots, kozaki z owczej skóry, wygodne i ciepłe.

Nie zawsze wystarczy jedynie wymienić sezon, w którym dana tendencja jest modna. Podkreśla się również aktualność mody, jej odmienność w stosunku minionego sezonu, za pomocą form wskazujących *ten, ta, to* (10 przykładów).

(12) *Niente più gonne lunghe. I sandali quest'estate si mettono con gli shorts o con i pinocchietti. (donnamoderna.it, 26.04.)*

(12a) Żadnych długich spódnic. Tego lata sandały zakładamy do szortów lub rybaczek.

Aby podkreślić aktualność, wskazywany jest również dokładny rok, w którym dana tendencja jest na topie (11 przykładów); w kolejnym roku, w identycznym sezonie będzie się nosić już coś innego:

(13) *Sono le zeppe il must dell'estate 2007! (cosmopolitan.it, 09.03.)*

(13a) Must have lata 2007 to chodaki.

Czas w modzie dzieli się również, choć zdecydowanie rzadziej, na dwa sezony: wiosna-lato i jesień-zima:

(14) *Sulle passerelle della primavera/estate si sono visti spolverini e impermeabili. (donnamoderna.it, 15.03.)*

(14a) Na pokazach wiosna/lato widziane były trencze i płaszcze nieprzemakalne.

Znacznie częściej (w stosunku do podziału na cztery pory roku) zdarza się, że moda na podwójny sezon zostaje ogłoszona z wyprzedzeniem. Aby zapowiedzieć taką modę używany jest przymiotnik *następny* lub *nadchodzący*; czasami pojawiają się antonimazje (zima to najczęściej *zimny sezon*, lato nazywane bywa *pięknym sezonem* lub *najcieplejszym sezonem*).

Aby mówić o sezonie jako o okresie, w którym dane tendencje są modne, nie trzeba koniecznie nazywać pory roku. Dziennikarze używają często również innych sposobów na wyrażenie aktualności tendencji. Tendencje mogą być zatem po prostu aktualne:

(15) *Neoclassico. Così attuale! (style.it, 01.06.)*

(15a) Neoklasycyzm. Tak aktualny!

Mówi się również o tendencjach momentu:

(16) *È il momento degli arancioni e dei gialli (...). (style.it, 19.07.)*

(16a) To moment kolorów pomarańczowych i żółtych (...).

Aktualność tendencji zostaje wyrażona również przez przymiotniki czasu, takie jak *teraz*, *dziś*:

(17) *Le montature grandi sono le più amate, ma ora si portano con i capelli sciolti, meglio se dritti. (donna moderna.it, 26.04.)*

(17a) Duże oprawki są najbardziej lubiane, ale teraz nosi się je z rozpuszczonymi włosami, najlepiej prostymi.

Bardzo rzadko natomiast (4 fragmenty) pojawiają się przykłady, gdzie mowa jest o całym roku, w którym dana tendencja jest modna. Wynika to z tego, że trendy trwają bardzo krótko, moda z definicji musi się zmieniać.

4. Topos autorytetu

Topos autorytetu (lub argument z autorytetu) również pojawia się bardzo często w artykułach o modzie (35 przykładów). Zgodnie z definicją Arystotelesa (*Topiki* III, I, 15-20), dla toposu autorytetu możemy sformułować następujące reguły preferencji:

- (a) bardziej pożądane jest to, co wybraliby znawcy, autorytety;
- (b) bardziej pożądane jest to, wybraliby wszyscy lub większość.

W pierwszym przypadku liczy się autorytet osoby wyrażającej opinię (kryterium jakościowe). Im większym specjalistą w swojej dziedzinie jest dana osoba, tym bardziej należy się liczyć z jej zdaniem. W drugim przypadku natomiast ważna jest ilość: jeśli dużo osób ma te same przekonania, zakłada się, że mają rację. Ta reguła zostaje wykorzystywana przede wszystkim wtedy, gdy przytacza się opinię zwykłych ludzi (*vox populi*). Obie reguły preferencji bywają łączone: najbardziej przekonująca jest opinia formułowana przez licznych ekspertów.

Kiedy mówi się o modzie, rolę autorytetów pełnią przede wszystkim styliści (23 przykłady), ale również piękne i sławne kobiety (8 przykładów). Styliści dyktują tendencje, mówią, co trzeba nosić w określonym momencie, wybierają i proponują to, co będzie najlepsze dla modnej kobiety. W artykułach o modzie cytowane są nazwiska wielkich stylistów oraz przytacza się ich wypowiedzi. Według Kawamury (2006: 80-81), styliści cieszą się statusem gwiazd, są odpowiedzialni za tworzenie i rozprzestrzenianie nowej tendencji. Ich autorytet jest zatem wykorzystywany w artykułach o modzie.

Mówiąc o stylistach, rzadko przywołuje się nazwisko jednego projektanta. Zazwyczaj połączone zostaje kryterium jakości z kryterium ilości: wymienia się wiele nazwisk stylistów (ewentualnie nazw marek), którzy proponowali w swoich kolekcjach określoną tendencję:

- (18) *Le piume tornano a guarnire abiti e accessori (...) Nel 1910 Paul Poiret incastonava nello chiffon delicate piume di cigno, nel 1951 Jacques Fath proponeva enormi piume bianche, nel 1960 Biba presentava coloratissimi boa e Krizia nella collezione del 1991 preziose gonne cigno. (stile.it, 03.10.)*
- (18a) Pióra znowu będą ozdabiać ubrania i dodatki (...) W 1919 Paul Poiret wplatał w szyfon delikatne pióra łabędzie, w 1951 Jacques Fath proponował ogromne białe pióra, w 1960 Biba prezentowała kolorowe boa, a Krizia w kolekcji z 1991 roku bogato zdobione spódnice-tulipany.

Często nie wymienia się konkretnych nazwisk, lecz mówi się o „wielu” projektantach mody, którzy opowiadają się za określonym trendem:

- (19) *Il candido bianco fa il suo ingresso nelle nuance della fredda stagione, scelto da molti stilisti. (stile.it, 21.11.)*
- (19a) Niewinna biel wkracza w paletę kolorów zimnego sezonu, wybrana przez wielu stylistów (...).

Znajdujemy też przykłady, ukazujące stylistów, jako osoby narzucające w sposób zdecydowany swoje tendencje, bez pozostawiania wyboru kobietom.

Nowa moda, aby została zaakceptowana i rozpropagowana, musi zyskać aprobatę osób, które się liczą (Davis 1992: 117-153). W przeszłości kierunki w modzie wyznaczały kobiety z dworów królewskich, od połowy XIX wieku do XX wieku – mieszkanki wielkich miast. We współczesnym społeczeństwie punktem odniesienia stają się modelki, aktorki, piosenkarki. To ich nazwiska najczęściej cytowane są w tekstach o modzie. Pojawiają się też kobiety z całkiem innych grup społecznych: żony polityków, księżniczki, znane kobiety współczesne, jak również przedstawicielki epok minionych. Tak jak w przypadku stylistów, wymieniane są konkretne nazwiska:

- (20) *Camicia bianca. Con i jeans, alla Jackie Onassis, tanto quanto con gli short, alla Sienna Miller. (style.it, 30.03.)*
- (20a) Biała koszula. Z jeansami w stylu Jackie Onassis lub z szortami jak Sienna Miller.

Przywoływane są nazwiska kobiet z różnych epok, z różnych światów, aby pokazać wszechstronność wykorzystania danej tendencji i aby do danej mody przekonać czytelniczki o rozmaitych gustach. W ten sposób wzrasta prawdopodobieństwo, że każda kobieta znajdzie wśród wymienionych nazwisk kobiet swój przykład do naśladowania. Również tu łączy się kryterium jakości z kryterium ilości, gdyż jedno nazwisko na ogół nie wystarcza:

- (21) *Li indossavano negli anni Cinquanta e Sessanta Jackie Kennedy, Grace Kelly, Audrey Hepburn, li indossano oggi Monica Bellucci, Kate Moss, Victoria Beckham. (style.it, 14.06.)*
- (21a) Zakładały je w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych Jackie Kennedy, Grace Kelly, Audrey Hepburn, zakładają je dziś Monica Bellucci, Kate Moss, Victoria Beckham.

Poza jedną Włoszką, w omawianym korpusie włoskim punktem odniesienia są cudzoziemki.

Bardzo często mówi się też o osobach publicznych w sposób ogólny, nie precyzując, o kogo dokładnie chodzi. W ten sposób przykłady stają się jeszcze bardziej uniwersalne:

- (22) *Dall'America all'Europa, le Crocs sono il must have dell'estate. A cui non rinunciano nemmeno le star! (cosmopolitan.it, 24.04.)*
- (22a) Od Ameryki do Europy, Crocsy to must have lata. Nie rezygnują z nich również gwiazdy!

Mówi się zatem o gwiazdach, diwach, słynnych i eleganckich kobietach, które w kwestiach mody mają stać się wzorem dla czytelniczek.

Dużo rzadziej (4 przykłady) rolę autorytetu odgrywają „normalne” kobiety, widywane na co dzień na ulicy, najbliższe czytelniczkom. W tym przypadku ważna staje się ilość: podkreślić należy fakt, że już wiele kobiet wybrało określoną tendencję. To, co twierdzi większość kobiet, musi jakoby z konieczności być właściwe i słuszne. Kiedy zatem mowa jest o nowej modzie, podkreśla się, że ta moda dotyczy wszystkich, zostaje przyjęta w sposób entuzjastyczny przez kobiety:

(23) *La vita torna ad essere segnata ed è subito cintura-mania.*
(cosmopolitan.it, 23.01.)

(23a) Talia znów jest zaznaczana i zapanowała natychmiast paskomania.

Siła przekonywania wzrasta w sposób znaczący, kiedy w jednym tylko artykule przytoczone zostają różne źródła autorytetu (7 przykładów). W tym przypadku sięga się do rozmaitych oczekiwań czytelniczek: zadowolić można i te, które mają za wzór do naśladowania osoby publiczne, i te, dla których liczy się to, co noszą zwykłe kobiety. W tego typu połączeniach na ogół pojawiają się styliści, a ich pomysły zostają dodatkowo potwierdzone albo przez gwiazdy, albo przez zwykłe kobiety.

5. Topos z przyczyny sprawczej

Z tym toposem mamy do czynienia, kiedy nabycie jakiegoś ubioru staje się środkiem do osiągnięcia jakiegoś większego celu. W ten sposób to, co jest pożądane samo w sobie, prowadzi również do pożądania tego, co wydaje się środkiem do osiągnięcia jakiegoś celu niematerialnego, na przykład zdrowia czy pięknego wyglądu (Lewiński 1998: 78-79). Przykładowo, kobieta, jeśli chce być uwodzicielska, kupuje uwodzicielski ubiór, aby taką się stać.

Zaskakujący jest jednak fakt, że we włoskich artykułach o modzie niewiele jest tego typu przykładów (tylko 20). Wyselekcjonowane fragmenty pokazują, że dzięki modzie kobieta może przede wszystkim osiągnąć pożądany wygląd:

(24) *Per essere chic, abbina queste scarpe ai jeans skinny. (donnamoderna.it, 26.04.)*

(24a) Aby wyglądać szykownie, połącz te buty z rurkami.

Najczęściej to odpowiednie kolory pozwalają kobiecie na osiągnięcie korzystnego efektu:

(25) *Quando la pelle diventa color dell'oro il rosa enfattizza il colore della carnagione scura (...) (style.it, 30.03.)*

(25a) Kiedy skóra nabiera złotego koloru, róż uwydatnia barwę ciemnej karnacji (...).

Za pomocą tego toposu można przekonać kobiety nawet do rzeczy obciążonych jakąś wadą, jeśli umożliwiają osiągnięcie ważniejszego w danej chwili celu. Na przykład płaskie buty, w których wydawać się można mało kobiecą, gwarantują komfort. Wysokie obcasy natomiast, co prawda często mało wygodne, sprawiają, że kobieta jest pełna *sex appealu*:

(26) *Ricamati di perle, cristalli e pietre colorate: basta infilare questi sandali rasoterra ai piedi e il comfort è garantito (cosmopolitan.it, 29.06)*

(26a) Wyszywane perłami, kryształami i kolorowymi kamieniami: wystarczy włożyć te płaskie sandały na stopy, a komfort jest gwarantowany.

(27) *I tacchi alti (...) possono dire molto in fatto di sex appeal (...) (donnamoderna.it, 29.03.)*

(27a) Wysokie obcasy (...) mają dużo do powiedzenia w temacie sex appealu (...).

Zauważyć należy również, że argument z przyczyny sprawczej, odnoszący się zwiększenia zdolności uwodzenia dzięki zakup-

wi odpowiedniego stroju, jest jednym z najczęściej powtarzających się w artykułach o modzie.

6. Metaforyka

Moda często bywa przedstawiana w sposób metaforyczny. Chodzi zarówno o metaforyczne sformułowania dotyczące poszczególnych strojów (domena *elocutio*), jak i o metafory poznawcze, leżące u podstaw konceptualizacji zjawiska mody (zjawiska z poziomu *inventio*). Poniżej zostaną omówione te ostatnie.

W większości przypadków w tekstach o modzie odnajdujemy antropomorfizację: najnowsze tendencje zyskują cechy ludzkie. Odnaleźć można najróżniejsze przedstawienia metaforyczne mody i trendów. Za pomocą metafor zostaje pokazana cykliczność mody (16 przykładów). Tendencje w modzie zostają ukazane jako silne i cieszące się władzą osoby (17 przykładów), jako sportowa rywalizacja (20 przykładów) i jako spektakl (18 przykładów). Moda może być też kimś, z kim kobietę łączą stosunki interpersonalne, jak na przykład przyjaźń (5 przykładów).

W cyklu, jakiemu podlega moda, możemy wyodrębnić jej narodziny, powroty oraz „zachód”. Moda *rodzi się*, ale nigdy nie mówi się o jej *śmierci*: w czasopiśmie omawia się tylko tendencje żywe. Bardzo często mówi się o *nadchodzących* oraz *powracających* trendach. Co ciekawe, o zachodzie mody mówi się paradoksalnie tylko w kontekście trendów, które „nigdy nie zachodzą”, są zawsze na czasie.

Modne ubiory czy dodatki zatem się „rodzą”, a w trakcie swojego „życia” zmieniają swoje cechy, czasem też przeznaczenie, rozszerzając funkcjonalność:

(28) *Il jeans in passerella? Una cosa impensabile fino a qualche tempo fa visto che nasce come indumento da lavoro (style.it, 31.10.)*

(28a) Jeansy na wybiegu? Nie do pomyślenia jeszcze do niedawna, biorąc pod uwagę, że rodzą się one jako strój roboczy.

Tendencje obchodzą również swoje urodziny:

(29) *Le scarpine rubate al mondo della danza compiono 60 anni (...) (donna moderna, 03.10.)*

(29a) Buciki wykradzione ze świata tańca kończą 60 lat (...)

Moment, w którym tendencje wychodzą z mody, jest określany terminami astrologicznymi: zachodem lub zaćmieniem. W tym przypadku moda traci swoje cechy ludzkie. Terminy te używane są w korpusie zawsze z zaprzeczeniem:

(30) *Una moda che ritorna, che non vuole tramontare. (style.it, 03.10.)*

(30a) Moda, która powraca, która nie chce zająć.

Powyższy przykład ukazuje też powroty pewnych tendencji, czyli właśnie jej cykliczność.

Modne trendy zostają ukazane jako jednostki bardzo potężne, obdarzone ogromną władzą, mogące decydować o losie kobiet, wpływając na ich sposób ubierania się. Stają się władcami kobiecej garderoby:

(31) *Lattice, caucciù e gomme sintetiche si impadroniscono del tuo guardaroba (...). (donna moderna.it, 14.03)*

(31a) Lateks, kauczuk i syntetyczne gumy opanowują twoją garderobę.

Kobieta znajduje się często w pozycji podrzędnej wobec trendów, które w jakiś sposób mają nad nią władzę. Trendy działają, a modna kobieta się im poddaje:

(32) *Dalle molteplici forme e colori, i miniabiti della Primavera/Estate 2007 vestono la donna con ironia, gusto ed eleganza. (stile.it, 22.03.)*

- (32a) O różnorodnych formach i w rozmaitych kolorach, sukienki mini na wiosnę/lato 2007 ubierają kobiety z ironią, smakiem i elegancją.

Tendencje mają moc dyktowania swoich reguł i narzucania ich kobietom:

- (33) *Il nero detterà comunque stile, eleganze e regole*. (style, 31.08.)

- (33a) Czerń będzie jednak dyktować styl, elegancję i reguły.

Pojawiają się także metafory trendów jako władców:

- (34) *Il re dell'inverno è sempre stato ed è tutt'ora sua maestà il cap-potto*. (donnamoderna.it, 23.10.)

- (34a) Królem zimy zawsze był i jest do dziś jego wysokość płaszcz.

Równie często moda zostaje pokazana jako walka, współzawodnictwo. W tym celu wykorzystywana jest terminologia sportowa. Tendencje zachowują się jak sportowcy, którzy walczą, aby uzyskać zwycięstwo:

- (35) *Le open toe (...) già di moda lo scorso inverno, in questa stagione competano con i sandali*. (style.it, 17.05.)

- (35a) Buty open toe (...) modne już ubiegłej zimy, w tym sezonie współzawodniczą z sandałami.

W większości przypadków jednak nie mówi się o walce, liczy się jej rezultat. Podkreśla się zatem zwycięstwa i triumfy, jakie osiągają najmodniejsze tendencje:

- (36) *Vince la fantasia!* (stile.it, 26.09.)

- (36a) Wygrywa fantazja!

Czasem mówi się też o sukcesie, czy wręcz o triumfie:

- (37) *(il piumino) ha conosciuto il successo grazie alla sua leggerezza e al volume minimo*. (stile.it, 08.01.)

- (37a) [Puchowa kurtka] zaznała sukcesu dzięki swojej lekkości i minimalnej objętości.

(38) *Insomma, un vero trionfo della fantasia floreale (...) (stile.it, 28.11.)*

(38a) Krótko mówiąc, prawdziwy triumf kwiecistej fantazji (...).

Innymi metaforami sukcesu są pierwsze miejsca w klasyfikacjach i miejsce na podium:

(39) *Nella classifica di mezza estate salgono al vertice gli all black (...) (donnamoderna.it, 18.07.)*

(39a) W klasyfikacji środka lata wspinają się na szczyt okulary "all black" (...)

(40) *I jeans salgono sul podio dello stile. (cosmopolitan.it, 08.08.)*

(40a) Jeansy wchodzą na podium stylu.

Oprócz metaforyki sportowej, często pojawia się także metaforyka teatralna. Nierzadko modne w danym sezonie ubranie nazwane zostaje protagonistą czy bohaterem:

(41) *Elegante o casual, il grigio diventa protagonista della nuova stagione. (cosmopolitan.it, 15.10.)*

(41a) Elegancka czy casual, szarość staje się bohaterem nowego sezonu.

Trend obecny jest na scenie, w świetle reflektorów:

(42) *(...) è in scena la parte animale delle femminilità. (stile.it, 19.11.)*

(42a) (...) na scenie zwierzęca strona kobiecości.

(43) *Cappotti sotto i riflettori della moda. (stile.it, 10.09.)*

(43a) Płaszcze w świetle reflektorów mody.

Wykorzystując natomiast metaforę pochodzącą z języka filmu, mówi się też o pierwszym planie, na którym znajduje się dana tendencja.

Stosunki, które łączą kobietę z modą, opisywane są zawsze w terminach bardzo pozytywnych: ubrania, a przede wszystkim akcesoria, stają się najlepszymi przyjaciółkami kobiet, ich to-

warzyszками i współniczkami, gotowymi do pomocy w każdej sytuacji:

(44) *La borsa è la migliore amica della donna (...) (stile.it, 16.03.)*

(44a) Torebka jest najlepszą przyjaciółką kobiety (...)

Stosunkowo niewiele jest przykładów, w których modzie przypisane zostają cechy kobiety. W poniższym przykładzie, modny szczegół, spersonifikowany, osiąga cele, jakie osiągnęłyby kobieta nosząca ten element garderoby:

(45) *(Il pizzo) conquista e seduce con femminilità mai volgare. (stile.it, 26.04.)*

(45a) (Koronka) zdobywa i uwodzi kobiecością, nigdy wulgarną.

Jak wynika z powyższych przykładów, moda jest metaforyzowana na wiele sposobów, z których każdy uwypukla odmienne cechy tego złożonego zjawiska.

7. Wnioski

Z analizy korpusu wynika, iż w tekstach poświęconych najnowszym trendom w modzie wykorzystywany jest przede wszystkim topos czasu. Jest on realizowany z wykorzystaniem dwóch reguł preferencji: bardziej pożądane jest to, co jest przydatne zawsze lub często oraz bardziej pożądane jest to, co jest przydatne w szczególnym momencie. Po przeanalizowaniu artykułów zauważyć można, że w modzie liczy się przede wszystkim „szczególny moment”, rozumiany jako sezon (najczęściej jedna konkretna pora roku), w którym dana tendencja jest modna. Nośić należy więc to, co jest modne w danym sezonie. Rzadziej zachęca się do ubiorów modnych zawsze i w każdej sytuacji, czyli klasyków. Czas w artykułach o modzie wskazywany zawsze

w sposób niezwykle precyzyjny: nierzadko do określenia pory roku dodawana jest również identyfikacja konkretnego roku.

Bardzo często w artykułach przekonuje się za pomocą toposu autorytetu. Topos ten zorganizowany jest według dwóch reguł preferencji: bardziej pożądane jest to, co wybierają specjaliści czy osoby pełniące funkcję autorytetów oraz bardziej pożądane jest to, co wybierają wszyscy lub większość. W artykułach o modzie zazwyczaj wykorzystuje się kryterium jakości połączone z kryterium ilości, potęgując tym samym moc perswazyjną tekstu. Rolę ekspertów w kwestiach mody pełnią styliści oraz sławne kobiety (aktorki, piosenkarki, ale również żony polityków, z przeszłości i z czasów współczesnych). Podkreślić należy, że – poza jednym wyjątkiem – w korpusie włoskim jako godne naśladowania przedstawiane są gwiazdy zagraniczne, a nie Włoszki. Liczą się również preferencje zwykłych kobiet, tych najbliższych czytelniczkom, które stają się jednak wiarygodne dopiero po osiągnięciu pewnej masy krytycznej: jeśli wiele zwykłych kobiet wybiera określoną tendencję, oznacza to, że jest to trend godny naśladowania.

Stosunkowo niewiele jest przykładów, w których pojawia się topos z przyczyny sprawczej. Zgodnie z tym toposem, dzięki wyborowi odpowiedniego stroju, kobieta jakoby osiągnie pożądany wygląd i sukces towarzyski. Najczęściej udzielane porady dotyczą wyboru właściwej kolorystyki.

Metafory stosowane są przede wszystkim w celu przybliżenia czytelniczkom świata mody. Za pomocą metafor ukazwana jest szybkość zmian mody, jej cykliczność. Chętnie wykorzystywana jest antropomorfizacja: dominujące tendencje są przedstawiane jako istoty cieszące się władzą, odnoszące sukcesy i zwycięstwa. Aktualne trendy także bohaterami spektaklu, odgrywającymi w nim główną rolę. W ten sposób świat mody i najnowsze tendencje wydają się czytelniczkom niezwy-

kle atrakcyjne. Również sposób przedstawienia tendencji jako przyjaciółek lub wiernych towarzyszek kobiet wzbudzić ma w czytelniczkach chęć podążania za aktualną modą. Czyżby te charakterystyczne sposoby wykorzystywania retoryki w specjalistycznym dyskursie mody tworzyły stały trend, swoistą „modę” w przekonywaniu do mody?

Materialy źródłowe

Aristotele 1974. *I topici*. Przekł. A. Zadro. Napoli: Loffredo.

Arystoteles 1958. *Retoryka. Poetyka*. Przekł. H. Podbielski. Warszawa: PWN.

Bibliografia

Davis, F. 1992. *Moda. Cultura, identità, linguaggio*. Bologna: Baskerville.

Ellero, M. P. 1997. *Introduzione alla retorica*. Milano: Sansoni Editore.

Kawamura, Y. 2006. *La moda*. Bologna: Il Mulino.

Korolko, M. 1998. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.

Lewiński, P. 1999. *Retoryka reklamy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Rejakowa, B. 2004. „Myślę, czuję i chcę tego, co każe moda”. W: *Manipulacja w języku*. Red. P. Krzyżanowski, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 161-174.

Svendsen, L. Fr. H. 2006. *Filosofia della moda*. Parma: Ugo Guanda Editore.

„Przystępna wiedza”, czyli o przywracaniu komunikatywności

Beata Gaj

Uniwersytet im. Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa

Streszczenie. Artykuł dotyczy komunikatywności, podstawowej zasady w sztuce perswazji. Analizie poddano powody utraty komunikatywności w języku naukowym od epoki nowożytnej. Omówiono także podejmowane współcześnie próby jej przywrócenia w komunikacji naukowej. W artykule skonfrontowano także wybrane zagadnienia współczesnej terminologii socjolingwistycznej z pojęciami, które już przed wiekami zostały wypracowane w ramach teorii retorycznej i sztuki oratorskiej.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza specjalistyczna, wiedza popularna, zrozumiałość, przyczepne koncepcje, ćwiczenia

“Accessible knowledge”, or how to restore comprehensibility

Abstract. *The paper discusses comprehensibility, a basic precept in the art of persuasion. It analyses reasons for a gradual loss of comprehensibility, observed in scientific language since the beginning of the Modern Age. It also comments on some modern attempts to restore comprehensibility in scientific communication. The study shows parallelisms between concepts developed within ancient rhetorical theory and oratorical art with their modern counterparts introduced within the modern sociolinguistic framework.*

Keywords: *rhetoric, specialised knowledge, popular knowledge, comprehensibility, sticky concepts, exercises*

1. Wstęp

Ἀγεωμέτρητος μηδὲς εἰσίτω (*ageometretos medejs ejsito*), czyli „niech nie wchodzi nikt nieobeznany z geometrią” – taki napis Platon umieścił nad wejściem do swej Akademii. Język nauki zarówno dawniej, jak i dziś, staje się zbyt często formułą obrony tajemnicy, niemal kultu i „trzyma na dystans” śmiertelników nie zajmujących się nauką, a nawet adeptów nauki czy specjalistów innych dziedzin. Paradoksalnie, ten sam język specjalistyczny doskonale sprawdza się w reklamie – nie dlatego, że jest komunikatywny, ale dlatego, że (opierając się na retorycznym „autorytecie” nauki) stwarza wrażenie profesjonalnego podejścia do klienta. Granice między naukowym i nienaukowym zostały dawno przekroczone, a może w ogóle ich nie było lub stworzono je kiedyś sztucznie? Teksty niefabularne mogą być również artystyczne i tym samym należą do literatury, nie zasługują zatem na marginalizowanie ich na obrzeżach literaturoznawstwa.

Warto więc przyrzeć się etapom kształtowania się języka naukowego w kulturze europejskiej i preferowanym w różnych epokach zastosowaniom rozwiązań retorycznych. Wykorzystane przykłady pochodzą zarówno z piśmiennictwa greckiego, jak i łacińskiego (od Anaksymandra przez Lukrecjusza aż po nowołacińskie traktaty naukowe; dla egzemplifikacji wybrałam tu także kilka przykładów rodzimych, pochodzących z terenu Śląska). Stosowano w nich różne techniki retoryczne, jak np. *imago agens*, zwrot nawiązujący do dzieła Marii Cunitii, a tu oznaczający „przystępną wiedzę”. W zakończeniu chciałabym się odnieść również do współczesnych tendencji „ożywienia” języka nauki, przywrócenia mu pierwotnej komunikatywności, czyli do para-retorycznych porad lansowanych obecnie przez amerykańską literaturę psycholingwistyczną pod nazwą „przyczepne koncepcje”.

2. O zastosowaniu retoryki w języku naukowym – przykłady historyczne i współczesne

Jako ἀρχή (*arche*), a więc początek myślenia (a tym samym języka) naukowego przyjmuje się słynny, bo interpretowany przez wiele znakomitości fragment traktatu Anaksymandra z Miletu przekazany przez Simplikiosa. Pojęciem wiodącym jest tu właśnie ἀρχή – „przasada” – a cały fragment w interpretacji Jaegera (2001) jest obrazem jońskiejskiej agory, gdzie zasiada Sędzia-Czas, czyli personifikacja przekonania o nieuchronności następstw i skutków. Jest to więc język wyraźnie powiązany z retoryką, a ta kształtowała się w tym samym czasie również w Jonii, która, by zacytować Turasiewicza (2005: 1), „stała się kolebką nie tylko nauki, ale też literatury i jej zasadniczych rodzajów”. Dla prozy naukowej z pewnością znaczenie miała działalność logografów (λογογράφοι): mianem tym określano nie tylko „zbieraczy ustnej tradycji mitycznej”, pierwszych historyków, ale także pisarzy wypowiadających się w formie prozatorskiej, cechujących się postawą krytyczną wobec rzeczywistości.

Także sofistów, ostatnio chętnie rehabilitowanych w filologii klasycznej, określa się jako tych, „którzy zajmują się filozofią”, a więc łączą światy filozofii i retoryki (Mielczarski 2010). Ich ułożone parami *Mowy podwójne* o przeciwnych argumentach uczyły krytycznego myślenia, a jednocześnie były prototypem późniejszych ćwiczeń przygotowawczych (*progymnasmata*).

Platon, jak wiadomo, o sofistach nie miał zbyt dobrego zdania. Jego zasługą w zakresie form wypowiedzi naukowej było stworzenie „gatunku literatury stosowanej” – dialogu.

Innym ważnym gatunkiem dla wyrażenia myślenia badawczego stała się wiek później diatryba, wypracowana również w środowisku filozoficznym szkoły cynickiej, np. Biona z Bory-

stenes (Rahn 1969). Słowo *diatribein* oznacza wspólne spędzanie czasu na rozmowie, nie stroniącej od anegdoty i dowcipu.

To właśnie dialog i diatryba staną się na całe wieki wzorcami dla piszących na tematy naukowe. Dziś także uważa się, że możliwość zaangażowania w swobodną, a zarazem krytyczną dyskusję jest jedną z największych i najpiękniejszych zdobyczy ludzkości (Lewis 1996: 7), którą zawdzięczamy starożytnym Grekom.

Arystoteles również krytykował sofistów i ich podręczniki retoryki, zawężające ją zanadto do gotowych schematów. Najbardziej przysłużył się jednak językowi nauki tym, iż przypisał do retoryki każdy przedmiot, który podlega dyskusji, a więc także tematykę naukową. W księdze trzeciej (Arystoteles, *Retoryka*, rozdz. 10 i nn.) tworzy definicję pojęcia *λέξις*, które rozumie jako wyraz myśli. Dlatego właśnie za główną zaletę prozy uważa jasność, konieczność dopasowania języka do odbiorcy. Dobra sztuka retoryczna miała odtąd być nie schematyczną matrycą, lecz niemal strefą interaktywnego kontaktu pomiędzy nadawcą a odbiorcą.

O taki właśnie „interaktywny” kontakt między nauką i literaturą/retoryką nietrudno było w środowisku aleksandryjskim III w. p.n.e., gdzie stale przebywali ze sobą i wymieniali myśli w przyjacielskich rozmowach i antagonistycznych dyskusjach literaci, jak Kallimach z Cyreny czy Apollonios z Rodos (ok. 295 – ok. 215 p.n.e.), słynni gramatycy, filozofowie, muzycy, malarze, ale także lekarze jak Herofilos z Chalkedonu, Erastros z Keos, by użyć starożytnego powszechnego greckiego sformułowania: *καὶ ἄλλων πολλῶν τεχνῶν* (*kaj allon pol-lon techniton* – „i ludzie wielu innych profesji”). Kształtowały ich trzy bliskie sobie środowiska: 1) dwór (ἡ αὐλή, *he alle*) z królewskimi ucztami, audiecjami i zjawiskiem zwanym ἡ συνεδρία (*he synedrija* – spotkanie, narada, posiedzenie); 2)

Μουσείον (*muzejjon*), czyli rodzaj stowarzyszenia kulturalnego, instytut badawczy w pewien sposób nawiązujący do ateńskiej grupy filozofów zgromadzonych wokół Arystotelesa; 3) biblioteka βιβλιοθήκη (*bibliotheke*) – pewna przestrzeń porządkowania i rozwijania ówczesnego dorobku nauki i literatury. Bardzo adekwatne do istotnej działalności tych ośrodków są słowa odnoszone przez współczesnych badaczy (Asper 2004: 3) do Kallimacha: „żywa Biblioteka i przechadzające się Muzeum” (βιβλιοθήκη ἔμψυχος καὶ περιπατοῦν Μουσείον – *bibliotheke empsyhos kaj peripatun muzejjon*).

Zwłaszcza termin περιπατοῦν jest tutaj niezwykle istotny, oznacza bowiem – poza swoimi konotacjami ściśle perypatetyckimi – „dochodzenie” do wiedzy nie w zamknięciu, izolacji od świata, ale przede wszystkim podczas wymiany myśli, nawet spotkań towarzyskich. Działalność literacka Kallimacha jest dość znana, natomiast o jego opracowaniach wcześniejszego dorobku naukowego, pozyskiwanego dziś we fragmentach dzięki analizie dzieł innych autorów, pisze się m.in. że była to działalność prowadzona krytycznie (np. nie ma tam stwierdzenia żadnego faktu bez podania źródła literackiego); z drugiej strony wszystko jest retorycznie usystematyzowane, są incipity, przyporządkowania gatunkowe oraz retoryczne *exempla* i elementy tzw. „literatury cudowności”, a więc ciekawostki, anegdoty i żarty, które mogą być wykorzystane jako przerywnik w skondensowanym wykładzie, ale i podczas uczty dla zabawienia gości. Dobrym przykładem może być fragment dzieła „O ptakach”, będący retorycznym wyliczeniem wszystkich odmian czapli, urozmaicony anegdotą o dziwnym zachowaniu się czapli szarej w okresie godowym (*Anthologia Palatina* 10.274).

Dynamizmowi kultury hellenistycznej, wypracowanemu tam harmonijnemu rozwojowi wszystkich nauk, z pewnością wiele zawdzięcza Rzym, zwłaszcza w I w. p. n. e. Istotne dla

ukazania prozy naukowej w Rzymie jest jedyne dzieło Marka Terencjusza Warrona zachowane w całości, czyli *Rerum rusticarum libri tres*, w formie 3 dialogów. Nudzie odbiorcy wchłaniającego wiedzę rolniczą ma przeciwdziałać: forma dialogu, retoryczne wstępy, *homoiolektua*, jasny wykład i humor (np. sztukę hodowli omawia człowiek o nazwisku „Krówski”).

W tym okresie powstał także jedyny zachowany starożytny traktat z zakresu budownictwa i mechaniki *De architectura* Witruwiusza Polliona, który, podając fachowe terminy, nie rezygnuje z jednak z retorycznych wstępów, cytowania poetów, użycia form archaicznych, przeplatania tekstu ilustracjami. Ilustracje niestety zaginęły, ale były inspiracją dla wielu (np. dla Leonarda da Vinci), gdyż potomni bardzo cenili dzieło Witruwiusza. Krytycznych uwag doczekał się Witruwiusz natomiast w dwudziestowiecznych podręcznikach historii literatury łacińskiej, z których dziś jeszcze uczą się studenci filologii klasycznej. Cytowska (1990: 651) pisze na przykład: „Marek Witruwiusz Pollio silił się na retorykę”. Tymczasem on nie tyle „silił się”, co stosował z powodzeniem stare retoryczne sposoby.

I wreszcie dzieło Lukrecjusza *De rerum natura*, które jest dziś „utrapieniem dla tłumacza” (Krokiewicz 1958: V) z uwagi na język fachowy, bogactwo wyrażen przysłówkowych i przymikowych, czasowników w stronie biernej i form nieosobowych. Dzieło to, promujące światopogląd atomistyczny oraz ataraksję i eutymię, ujęte w schematy wnioskowania logicznego, wymaga od odbiorcy dyscypliny rzeczowej i myślowej. Lukrecjusz świadomie łagodzi te trudności w odbiorze, doskonale wie, że to, co abstrakcyjne, jest dla ludzi trudne do przyjęcia, jest jak lekarstwo, które wymaga podania w kubku posmarowanym miodem, stąd poetycko-retoryczne wstępy do każdej z ksiąg, dygresje, literackie opisy np. kultu Kybele (II księga), zarazy ateńskiej (V księga) czy humor m.in. antropomorfizacji,

gdy np. atomy w II księdze, śmiejąc się lub płacząc, same opowiadają o swojej budowie.

Kolejne epoki przyniosły także wiele ciekawych przykładów stosowania retoryki w tekście naukowym: po antycznym dialogu i diatrybie oraz sposobach komunikowania nauki w metrach poetyckich (satyra menippejska) przyszedł czas na średniowieczne *quaestiones*, renesansowe swobodne wypowiedzi i eseje. Wyżej wymienione gatunki mogłyby być tematem jednej dysertacji, nawiązując jednak do historii komunikatywności języka naukowego, poprzestać można tu na wspomnieniu pojęcia siedmiu sztuk/nauk wyzwolonych. Pojęcie to, stworzone jeszcze przez Warrona i tak pięknie przedstawione przez Marcjanusa Kapellę, Kasjodora i Herradę z Landsbergu jako pewna synteza podejścia naukowego, a zarazem retorycznego, obowiązywało aż do początku czasów nowożytnych.

Wtedy to właśnie, w związku z rozchwianiem się systemu siedmiu sztuk wyzwolonych, nowożytna nauka „przeszła na drugą stronę lustra”, stawała się coraz mniej komunikatywna, jak twierdzi Dunbar, psycholog, antropolog i badacz ewolucji języka, autor słynnych „*Kłopotów z nauką*” (Dunbar 1996). Dunbar winą za taki stan rzeczy obarcza jednak nie Piotra Ramusa, który, jak wiadomo, zawęził retorykę jedynie do elokucji, ale Newtona i jego nieco obłudne sztandarowe hasło „hipotez nie wymyślam” (sam Newton bowiem uprawiał spekulatywną filozofię przyrody). Sposoby retoryczne stosowali wówczas jeszcze nawet ci, którzy się od retoryki odżegnywali, jak np. Kartezjusz, wg zasad retorycznej gradacji wyliczający zasady czytania książek, czy Galileusz, w dyskusji z Sarsim stosujący strategię sugerowania nonsensu i tzw. „fabrykowanie konsekwencji”. Szczegółowiej analizując ten temat, można by tu iść tropem współczesnej refleksji na temat „władztwa” retoryki, wyznaczonym nazwiskami Kuhna czy Paula De Mana.

Rozdział nauki od retoryki dość obrazowo wyjaśnia najbardziej znany fragment *Wagi probierczej* Galileusza: bajka o koniku polnym. Jest to właściwie bajka o charakterze poznania naukowego, doskonale pokazuje wciąż żywe w XVII stuleciu przekonanie o konieczności współistnienia naukowego z literackim, nie tylko w utworach klasyfikowanych jako dydaktyczne. Konik polny (*cicada*) – dla Żydów symbol mądrości, a dla Greków symbol szlachetności – jest też atrybutem Apollina, a tym samym poezji i słowa (Sierotowicz 2008). Człowiek z tej bajki, o subtelny umyśle i nadzwyczajnej ciekawości (krótko mówiąc: typ naukowca), próbuje dociec zasad powstawania dźwięku. Dość szybko odkrywa te zasady w śpiewie ptaków, grze na instrumentach, różnorodnych odgłosach życia codziennego i gdy dochodzi do przekonania, że wie już wszystko w materii wydawania dźwięku, napotyka przypadek konika polnego. Źródło wydawanego przez tegoż dźwięku wciąż nie potrafi zlokalizować. Bajka kończy się tragicznie, bo wraz z głosem nieustrudzony badacz „odebrał konikowi życie”. Podobnie u progu czasów nowożytnych, przy okazji przewartościowywania idei retorycznych, doszło do zdyskredytowania przydatności retoryki w nauce. Nauka stawiała się więc stopniowo coraz bardziej obca najpierw dla laików, potem specjalistów innych dziedzin, wreszcie w wieku XX, jak się wydaje, przekroczyła próg podstawowej komunikatywności.

Zatrącenie komunikatywności w nauce stało się jednak bodźcem dla wielu nie tylko teoretyków retoryki, ale i ludzi zajmujących się różnymi dziedzinami wiedzy. Był to impuls do szukania takiego sposobu przekazania najnowszych osiągnięć wiedzy, który, nie tracąc nic ze swej naukowości, byłby jednocześnie atrakcyjny i komunikatywny.

Warto zatem także samodzielnie ćwiczyć się w przywracaniu komunikatywności, do czego może posłużyć poniższe ćwiczenie.

Polecenie:

Wymyśl/dopasuj do poniższych tekstów tytuły tak, by były zarazem naukowe i atrakcyjne.

1. *„badania nad powstaniem serca w wyniku indukowanych pluripotencjalnych komórek macierzystych za pomocą tetraploidalnej komplementacji blastocysty”*

Tytuł.....

2. *„Spośród konwencji pozajęzykowych, które współpracują z językiem w komunikacji międzyludzkiej i określają rozumienie treści, najważniejszą rolę odgrywa konwencja encyklopedyczna”*

Tytuł.....

3. *„40 procent męskiego ejakulatu jest przystosowane specjalnie do walki z plemnikami innych mężczyzn – zauważa amerykańska sekcja kliniczna Lindsey Doe z Uniwersytetu Montana”*

Tytuł.....

3. „Wszystko to już było”, czyli co współczesna komunikacja społeczna i Public Relations zapożyczyły z retoryki

Podczas zajęć w ramach kursów ogólnouczeniowych na mojej uczelni – wykładów z retoryki i komunikacji społecznej – spotykam się często ze zdumieniem studentów, którzy nagle odkrywają, że wszystko, co proponuje komunikacja społeczna, „już było”. Że pod dumnie i nowocześnie z angielska brzmiącymi nazwami różnych chwytów i sposobów komunikacji kryją się

stare sposoby, o jeszcze szlachetniejszych greckich i łacińskich nazwach.

Ukrycie retoryki pod nazwą „komunikacja społeczna” ściśle związane jest z wyżej poruszonym problemem przywrócenia komunikatywności tekstom naukowym, czyli z tendencją powrotu do klasycznej retoryki, ale bez używania tego terminu. Stare retoryczne sposoby, sprzedawane zresztą za duże pieniądze, dominują w amerykańskich podręcznikach komunikacji. Aby odbiorcę zainteresować abstrakcją, trzeba zawrzeć w niej, „przyczepić” do niej, elementy odbiorcy bliskie – twierdzą Heath i Heath (2007), autorzy „Sztuki skutecznego przekazu, czyli przyczepnych koncepcji” (*Made to stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*). Wymieniają oni sześć warunków, które pozwolą pokonać tzw. Przekleństwo Wiedzy – stan, w którym specjalista zapomina, jak to jest, gdy tej wiedzy się nie posiada lub jest się w trakcie jej zdobywania. Zasady te oczywiście nie są nowe, ale można przypisać im pewne nowatorstwo w wykorzystaniu starych retorycznych sposobów. Dlatego sformułowanie: „Postaraj się, aby przekaz był prosty i jasny” można odnieść do starej retorycznej zasady *claritas*. „Nadaj wypowiedzi nieoczekiwany charakter” to odwołanie do kreatywnej wyobraźni, zasady *imagines agentes*. „Bądź konkretny” to jednoznaczna formuła *propositio*. „Bądź wiarygodny” odnosi się do *genus honestum*. „Odwołuj się do uczuć” to docenienie perswazji emocjonalnej (*movere*). „Przytaczaj anegdoty” to przywołanie *diégema* (*narratio*).

Co ciekawe, właśnie te proponowane współczesnym naukowcom i biznesmenom uniwersalne zasady tworzenia komunikatywnej wypowiedzi naukowej były sposobami najczęściej wybieranymi przez śląskich siedemnastowiecznych naukowców, którzy najwyraźniej oparli się pokusie odretoryzowania nauki. Przyjrzyjmy się zatem kilku przykładom rodzimym z te-

renu Śląska, zapisanym w języku łacińskim. Podejmowanie tematów nowych, a wręcz awangardowych dla nauki, nie kłóciło się w ich pracach z myśleniem retorycznym.

Siedemnastowieczna śląska astronomka Maria Cunitia w *Konkluzji*¹ swego dzieła pt. *Urania Propitia* (które już przez sam tytuł – „Przystępna astronomia” – zachęca do odbioru jako *imago agens*) zabiera głos także w sprawie słynnego retorycznego sporu o cyceronianizm. Proponuje mianowicie „zwoleńnikom elegancji Tuliańskiej”, czyli Cycerońskiej, kryterium *usus* jako najważniejsze przy rozstrzyganiu, ile i jakich środków retorycznych należy wykorzystać w dziele naukowym. Kobieta wypowiadająca się w sprawach teorii retorycznej, a realizująca na co dzień swoje naukowe zainteresowania (rozumiane wciąż wówczas jako dział filozofii), była w XVII wieku na pewno zjawiskiem niezwykłym.

Jednak sama idea dobrego retorycznego przygotowania prozy naukowej nie była obca wielu innym Ślązakom-naukowcom tego okresu. Na przykład Nepomucen Horth w „Teorii wymowy”, rękopiśmiennym śląskim zabytku retorycznym, dużo uwagi poświęca zjawisku metafory, rozumianej jako poszukiwanie przeniesienia doświadczeń osobniczych w sferę obiektywnej rzeczywistości. *Deliciae iuris Silesiaci* Boehmiusa to poszukiwanie dla traktatu naukowego formuły połączenia rzetelnej wiedzy i rozrywki (tytułowe *deliciae* podkreślają, jaki był priorytet autora).

Wiele ciekawych zastosowań retoryki w tekście naukowym można znaleźć w śląskich traktatach medycznych (zob. Gaj „Retoryka i medycyna: wizerunek kobiety w traktatach medycznych na dawnym Śląsku” w niniejszym tomie): jasne i uwiarygadniające (zupełnie jak dwie pierwsze zasady wspomnianych

1 Szerzej na temat tego i wszystkich innych przytoczonych poniżej dzieł, zob. Gaj (2010).

wyżej współczesnych socjolingwistów amerykańskich) są listy medyczne Cratona von Kraftheim czy *Historia podagry* Johanna de Hahn, gdzie zreferowano dokładny przebieg leczenia podagry wraz opisem życia codziennego pacjenta (zapewne za jego zgodą, bo chodziło o śląskiego biskupa).

Jednym z ciekawszych przykładów jest twórczość Laurentiusa Scholza – porady medyczne podawane w formie aforyzmów, które cechuje także jasny i konkretny przekaz. Nie można również pominąć Daniela Bucretiusa, wrocławskiego lekarza i poety, współtwórcy nowożytniej anatomii. „Fabryka ludzkiego ciała” (*De humani corporis fabrica libri decem*, której jest współautorem, redaktorem i wydawcą) jest uznawana za pierwszy w Europie nowożytny atlas anatomiczny. Retoryczność pierwszego nowożytnego dzieła medycznego podnoszą z pewnością ryciny – wynalazek tamtej epoki o znaczeniu porównywanym z upowszechnieniem się Internetu – ale także nieoczekiwane konkluzje, dygresje i anegdoty. W rozdziale o proporcjach ciała autor poddaje dyskusji długość męskiej wstydlivej części, zarówno w stanie spoczynku, jak i uniesienia, natomiast kobiecemu *pudendum* poświęca anegdotyczny passus o tym, jak rozpoznawać wymiary tegoż *pudendum*, patrząc kobiecie jedynie w oczy. Informacje anatomiczne dość często wsparte są właśnie powołaniem się na anegdotę, ostatnią z zasad odpowiedzialnych za „przyczepność” tekstu specjalistycznego. Autor sięga m.in. po anegdotyczne źródła literackie – *Historia Indica* Owiedusa Gonsalvusa – dla ożywiającego wykład zestawienia pewnych obyczajów seksualnych w Europie i wśród ludów Indii.

Warto więc dostrzec i docenić owych naukowców z XVII wieku, którzy nie rezygnowali z retorycznej zasady *delectare* i innych humanistycznych wartości, a dla uzyskania pełni swych wypowiedzi i jak najtrwalszego efektu perswazyjnego łączyli elementy filozoficzno-poznawcze z estetycznym-emocjonalnym.

mi. Warto docenić ich zwłaszcza teraz, gdy wyrzucenie retoryki z nauki uważane jest za duży błąd. Retoryka wraca do łask.

4. „Być człowiekiem perswazyjnym” – sprawdzone metody

Dobry przykład na zachowanie retoryczności, na ukształtowanie siebie jako człowieka retorycznego stanowi reklama² książki pt. „Marketing perswazyjny” (Łabuz, Urbański 2006). Tekst składa się z reklam poszczególnych działów, dotyczących: tworzenia „magicznej całości” z prostych słów, czyli budowy przekazu perswazyjnego nie do odparcia, następnie tzw. inżynierii emocji, której zastosowanie ma wywoływać u ludzi pożądane emocje, wreszcie – jako rodzaj dodatku specjalnego – raportu o reklamie wykorzystującej tzw. „bodźce podprogowe”. W krótkim opisie książki, dostępnym na stronie internetowej, czytamy prowokujące słowa:

Podważaj wszystkie tezy przedstawione w tej książce. Na każdym kroku sprawdzaj, czy autorzy mają rację i czy ich metody przekonywania wydają się przekonujące także Tobie. Sprawdź również, jakie techniki perswazji działają na Ciebie. Co na tym zyskasz? Po pierwsze, doświadczysz, co dzieje się w umyśle osoby, którą ktoś do czegoś przekonuje. Po drugie, zrozumiesz, dlaczego jedne techniki są skuteczne i niewykrywalne, a inne to tanie triki, które łatwo przejrzeć. I po trzecie wreszcie, będziesz mógł wybrać metody przekonywania, które zechcesz opanować i wykorzystać.

W powyższych sformułowaniach (typu „inżynieria emocji”) oraz w cytacie widać wyraźnie próbę ubrania w nowe, modne szaty starej retoryki. Podejście to zapewne pochwaliłoby wielu starożytnych i nowożytnych znawców tematu. Oni jednak

2 <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/49012/marketing-perswazyjny-25-niezmiennych-praw-skutecznej-perswazji-w-tekstach-marketingowych>

z pewnością przyznawaliby się chętniej do źródła, z którego czerpią, a zatem nawet tylko poprzez użycie odpowiedniego nazewnictwa nawiązywaliby do wypracowanej w ciągu wielu wieków teorii retorycznej, zawsze dobrze wspartej praktyką adekwatną do epoki.

Także dla prowadzenia właściwego dyskursu naukowego konieczne jest ponowne spojrzenie na retorykę jako na całość czynników organizujących myślenie i je przekazujących. Wielkie korporacje, ale i grupy badawcze spotykają się na prawie towarzyskich naradach, organizuje się tzw. „burze mózgów” w celu rozwiązania jakiegoś problemu, nauki ściśle sięgają po *images agentes* („plemnik kamikadze” czy „samolubne DNA”), coraz częściej też powraca się do idei „żywej biblioteki i przechadzającego się muzeum”, by nawiązać do słynnej ostatnio akcji „Noc muzeów”. Nadchodzi czas, gdy „człowiek aretoryczny”, nieobeznany z retoryką w stopniu przynajmniej podstawowym, nie będzie mógł zajmować się nauką, skoro nie potrafi przekonać innych o potrzebie jej uprawiania: Ἀρητορικὸς μηδεὶς εἰσὶτω (*aretorikos medejs ejsito*).

Ale któż to jest ów antyprzykład komunikatywności, człowiek „aretoryczny”, jaką jego definicję można sformułować na podstawie najczęstszych opinii dawnych retorów i współczesnych podręczników komunikacji społecznej czy socjolingwistyki? Jest nudny, bezbarwny, bez autorytetu i wiarygodności, wyzuty zupełnie z emocji. Warto także zadać inne pytanie: czy o byciu człowiekiem retorycznym decyduje szczególny talent? Starożytni uważali że *Poetae nascuntur, oratores fiunt* – „poetami ludzie się rodzą, natomiast przekonującymi mówcami mogą się stać”. Dawało to nadzieję, że za pomocą odpowiednich ćwiczeń można stać się człowiekiem retorycznym, interesującym, intrygującym, z autorytetem, umiejętnie szafującym emocjami.

Gdybym miała dziś polecić komuś jakieś ćwiczenia „na komunikatywność”, zapewne także odwołałabym się do wzorców starożytnych. A zatem po pierwsze: podniesienie własnej atrakcyjności jako mówcy, które można osiągnąć przez ćwiczenie wyobraźni, kreatywności. Każdy dobry mówca miał zapas swoich szczególnych anegdot, ciekawostek, informacji, które w odpowiednim momencie wykorzystywał. Nadając czemuś tytuł czy krótko formułując temat, kreatywnie wymyślał *imagines agentes*. Ćwiczył jasne i konkretne wypowiedzi na dany temat. Dobrym ćwiczeniem starożytnych, które można i dziś wykorzystywać, były προγυμνάσματα (progymnasmata) – ćwiczenia przygotowawcze, czyli wyszukiwanie argumentów za i przeciw podanej tezie. Dla podniesienia autorytetu/wiarygodności warto było odnieść do siebie materiał, wpleść elementy własnej biografii.

Na koniec zatem propozycja takiego gwarantującego sukces ćwiczenia.

Dla tematu „Dlaczego warto wygłaszać własne opinie” (*oppositum* – „nie warto”):

1. Ułóż atrakcyjny tytuł z *imago agens*
2. Ułóż krótkie opowiadanie o sobie: fikcyjne lub nie, którym będzie można wesprzeć podaną tezę
3. Pokaż argumenty obu stron, aby być przygotowanym na krytykę i jej odparcie.

Ważne, aby zawsze odnaleźć w sobie samym wolę i siłę przekonania innych, czyli przekonać najpierw samego siebie do podjęcia się zadania. Zapewne służą temu progymnasmata, ćwiczące dobre rozpoznanie tematu i empatię, wczuwanie się w położenie przeciwnika w dyskursie. *Persuade te ipsum* – „przekonaj samego siebie” – można by rzec, trawestując znane łacińskie, medyczne powiedzenie. Jeśli ktoś sam w coś nie wierzy, przekon-

nywanie innych do tego zawsze będzie pozostawać w sprzeczności z etyką mówcy i rzutować na całość wypowiedzi, a zatem ma mniejsze szanse powodzenia. Miarą tego powodzenia jest skuteczne wejście w sferę retoryczną, a zatem powtórzę jeszcze raz:

Ἀρητορικὸς μηδεὶς εἰσίτω.

Materialy źródłowe

- Anthologia Graeca*. 1965. Red. H. Beckby. München: Ernst Heimeran Verlag.
- Arystoteles. 1958. *Retoryka. Poetyka*. Przekł. H. Podbielski. Warszawa: PWN.
- Kallimachos von Kyrene: Werke griechisch-deutsch*. 2004. Przekł. M. Asper. Darmstadt: WBG.
- Tytus Lukrecjusz Karus. 1958. *O rzeczywistości*. Przekł. A. Krokiewicz. Wrocław: Zakład Narodowy Ossolińskich.

Strony internetowe

- http://www.praktycznymarketing.pl/downloads/ebook_marketing-perswazyjny_darmowy-ebook.pdf. [Data dostępu: 30.10 2014]
- <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/49012/marketing-perswazyjny-25-niezmiennych-praw-skutecznej-perswazji-w-tekstach-marketingowych>. [Data dostępu: 30.10 2014]

Bibliografia

- Dunbar, R. 1996. *Kłopoty z nauką*. Przekł. P. Amsterdamski. Gdańsk: Marabut – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Gaj, B. 2010. *Ślązaczka. Pomiędzy rustica grosa i Pallas Silesiae – portret kobiety w literaturze łacińskiego Śląska*. Opole: Uniwersytet Opolski.
- Gaj, B. 2015. „Retoryka i medycyna: wizerunek kobiety w traktatach medycznych na dawnym Śląsku” [w niniejszym tomie].
- Heath Ch. i D. Heath 2007. *Sztuka skutecznego przekazu, czyli przyczepne koncepcje*. Przekł. M. Poniedziałek. Warszawa: Świat Książki.
- Jaeger, W. 2001. *Paideia. Formowanie człowieka greckiego*. Przekł. M. Plezia i H. Bednarek. Warszawa: Fundacja Aletheia.
- Lewis, W. 1996. *Nienaturalna natura nauki. Dlaczego nauka jest pozbawiona zdrowego rozsądku*. Przekł. H. Chojnacki, E. Penksys. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Łabuz, P. M. Urbański 2006. *Marketing perswazyjny. 25 niezmiennych praw skutecznej perswazji w tekstach marketingowych*. Gliwice: Helion.
- Rahn, H. 1969. *Morphologie der Antiken Literatur. Eine Einfürung*. Darmstad: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Sierotowicz, T. 2008. *Od metodycznej polemiki do polemiki metodologicznej. Impresje z lektury ‘Wagi probierczej’ Galileusza wraz z antologią*. Tarnów: Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej Biblos.
- Turasiewicz, R. 2005. „Początki prozy – logografowie – najwcześniejsi historycy”. W: *Literatura Grecji starożytnej. Proza historyczna. Krasomówstwo. Filozofia i nauka*.

Literatura chrześcijańska. Red. H. Podbielski. Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL. 1-9.

Jak pisać do internetu? Retoryczne aspekty poradnictwa warsztatowego

Monika Worsowicz

Uniwersytet Łódzki

Streszczenie. Celem artykułu jest analiza i ocena, z retorycznej perspektywy, treści i formy porad, kierowanych przez zawodowców do laików, zamierzających publikować w sieci własne teksty. Korpus stanowią polskie poradniki, upowszechniane w internecie, autorstwa redaktorów rozmaitych serwisów tematycznych oraz portali obywatelskich. Porady dotyczą takich zasad jak: krótkość, prostota języka, kondensacja treści, obiektywizm i oryginalność. Forma poradników stanowi praktyczną realizację ich własnych rad: teksty są krótkie, unikają języka specjalistycznego i przedstawiają skondensowane treści. Obiektywność jest zapewniona poprzez odwoływanie się do przykładów realizacji norm gramatycznych, ortograficznych i interpunkcyjnych, jak również poprzez komentarze dotyczące poprawności słownictwa. Zarówno forma, jak i treść poradników wskazują, że ich celem jest przekazywanie quasi-specjalistycznej wiedzy, wynikającej raczej z praktyki niż badań, do szerokiej rzeszy odbiorców.

Słowa kluczowe: retoryka, wiedza quasi-specjalistyczna, dziennikarstwo internetowe, porady, teksty pisane, zasady pisanie tekstów

How to write to Internet? Rhetoric aspects of writing guidance

Abstract. *The paper aims to analyze and evaluate, from a rhetorical point of view, content and form of advice addressed by professionals to laymen who intend to publish their texts online. The corpus consists of some Polish handbooks published in the Internet which are authored mainly by editors of different online*

Retoryka w komunikacji specjalistycznej. Red. Maria Załęska.
Warszawa: Polskie Towarzystwo Retoryczne. 2015.

thematic sites and citizen portals. The advice concerns such rules as: brevity, simplicity of language, condensation of content, objectivity, and originality. The form of the handbooks puts into practice their own advice: the texts are short, they avoid specialist language and they are formulated in a concise way. Objectivity is attained by examples of grammatical, orthographical and punctuation norms, as well as by comments on the correctness of vocabulary. Both content and form of the handbooks reveal that they intend to convey quasi-specialised knowledge, resulting rather from practice than from research, to a broad audience.

Key words: *rhetoric, quasi-specialised knowledge, online journalism, advice, written texts, text writing rules*

1. Wstęp

„Pisanie do internetu” jest zjawiskiem, którego historyczne początki trudno jest umiejscowić w ewolucyjnych dziejach sieci. Wynika to przede wszystkim z niemożności ustalenia, kiedy twórcy i użytkownicy stron WWW (ograniczmy rozważania do tej części najbardziej uniwersalnego z dotychczas stworzonych mediów) uświadomili sobie, że specyfika nawigowania wymaga innego niż znany z prasy drukowanej sposób prezentowania materiałów tekstowych. Najważniejszym czynnikiem warunkującym tę zmianę było udoskonalanie narzędzi tworzenia i udostępniania zawartości internetu – języka HTML (ang. *HyperText Markup Language*), systemu CMS (ang. *Content Management System*), przeglądarek, technologii *Flash*, początkowo interesujących tylko pasjonatów komputerów. Dopiero później można mówić o wpływie innych zjawisk, takich jak: obecność i ekspansja prasy w internecie, tworzenie rozbudowanych serwisów informacyjnych pod znakiem popularnych stacji telewizyjnych i radiowych, a także przez instytucje niezwiązane organizacyjnie ani kapitałowo z mediami, ograniczanie roli tradycyjnych przekazników jako źródła podstawowych informacji na rzecz coraz rozleglejszej sieci, konkurencyjność w zakresie nowator-

skich rozwiązań projektowych witryn multimedialnych, wzrost świadomości użytkowników internetu (przechodzenie od pasywnego odbioru do interaktywnego zaspokajania konkretnych potrzeb), upowszechnianie wyników badań odbioru stron WWW, rozwój tzw. dziennikarstwa obywatelskiego. Stopniowo, choć dość szybko przekształciły one dotychczasowy nośnik powstających w innych miejscach informacji w dojrzałe medium, generujące własne przekazy. Z tego punktu widzenia można ostrożnie datować początek „pisania do polskiego internetu” na rok 2001, kiedy na najstarszym polskim portalu obok szeregu depesz PAP oraz informacji IAR pojawiły się materiały tworzone przez redaktorów Wirtualnej Polski.

2. Początki poradnictwa

Początkowo praca nad publikacjami internetowymi polegała głównie na redagowaniu cudzych tekstów – skracaniu, modyfikowaniu nagłówków i lądów, kompilowaniu wiadomości z kilku źródeł w jeden materiał. Podstawowa wiedza z zakresu dziennikarstwa, przede wszystkim prasowego, była bardzo przydatna, gdyż większość serwisów informacyjnych była wirtualnymi odpowiednikami drukowanych gazet i czasopism. Jednak nie spotykana dotychczas w pracy redaktorów i dziennikarzy możliwość natychmiastowej aktualizacji witryny, pozwalająca na wielokrotne modyfikowanie „gotowego” tekstu i wzbogacanie go w miarę poznawania nowych faktów, sprawiła, że sposób pracy nad publikacją musiał ulec zmianie. Dotyczyło to również kształtu językowego i cech formalnych wypowiedzi, które traciły swoją normatywną wyrazistość (por. Olszański 2006: 79-80). Nadrzędne znaczenie przypisane zostało odpowiedziom na dwa pytania: „Co nowego?” oraz „Czy to jest ciekawe?” (zob.

Kosiński 2009). Stały się one swoistymi fetyszami dla webmasterów aktualizujących witryny.

Popularyzowanie się korzystania z internetu, a w szczególności dotychczas niespotykana na tak wielką skalę możliwość interaktywnego uczestnictwa w rozbudowywaniu jego zasobów zachęciły wielu użytkowników do wypróbowania swoich zdolności pisarskich (a raczej: realizowania potrzeby pisania) bardziej „profesjonalnie” niż tylko w ramach blogów lub amatorskich komentarzy na forach. Bardziej doświadczonych w redagowaniu publikacji internetowych zachęciło to natomiast do kodyfikacji stosowanych już w praktyce reguł webwritingu, po to, by nie tracić cennego czasu na poprawianie elementarnych usterek w pozyskanych materiałach.

Powstała w ten sposób nowa dziedzina piśmiennictwa poradnikowego o charakterze warsztatowym, obejmująca zalecenia, ostrzeżenia, przykłady i zakazy odnoszące się do tworzenia tekstów informacyjnych, reklamowych, korespondencji sieciowej i innych. Jej cechami wyróżniającymi są: powiązanie zagadnień formy i treści wypowiedzi z tematyką edytorstwa *on-line* oraz operowanie prostym, niespecjalistycznym językiem ujętym w ramy strukturalnie nieskomplikowanych wypowiedzi. Choć docelowo mają one służyć profesjonalizacji, założonym adresatem jest amator, którego wyniesione ze szkoły nawyki pisarskie należy zmodyfikować, a końcowy sukces w większym stopniu zależy od chęci adepta, niż od jego talentów czy włożonego wysiłku. Zdobywanie kolejnych, nielicznych „stopni wtajemniczenia” w dziedzinie pisania *on-line* pozbawione jest ponadto ważnego waloru – stopniowo kreowanego w doskonalącym się amatorze poczucia przynależności do elitarnej grupy profesjonalistów. Wydaje się, że przyczyna tej słabości tkwi w specyfice i jednocześnie niedoskonałości samych poradników.

W dalszej części artykułu zaprezentowana zostanie charakterystyka publikacji poradnikowych dotyczących pisania przede wszystkim dziennikarskich tekstów informacyjnych. Takie ograniczenie wynika z liczebnej przewagi tych materiałów; stwarza również możliwość wzbogacenia opisu o uwagi porównujące wskazówki dla internautów z wymogami, jakie powinien spełniać tekst informacyjny w gazecie drukowanej. Niektóre obserwacje są również inspirowane ogólnymi zaleceniami w zakresie projektowania stron WWW oraz tworzenia tekstów na potrzeby marketingu sieciowego – z punktu widzenia użytkownika internetu mają bowiem charakter uniwersalny¹.

3. Treść, struktura i styl poradników

Odpowiedź na pytanie „jak pisać do internetu?” zawarta jest w publikacjach typu poradnikowego o różnym stopniu oficjalności (od materiałów w portalu dziennikarstwa obywatelskiego do stron prywatnych), w zdecydowanej większości udostępnianych w sieci. Jak wiele tekstów internetowych odznaczają się one niewielką objętością, nasyceniem konkretami oraz bezpośredniością form adresatywnych, mającą na celu zredukowanie dystansu między autorem i czytelnikiem, a dzięki temu osiągnięcie lepszych efektów perswazyjnych. Taka koncepcja prezentowania treści łączy dwa typy artykułów poradnikowych: dawniejszy, o nieskomplikowanej formie i znaczeniu wynikającym z ważności tematu oraz autorytetu nadawcy (autora, redakcji) oraz współczesny, w którym widać zabiegi o atrakcyjność formy, a nawet indywidualizm autora, jak również dążenie do

1 Można to zaobserwować podczas lektury poradnika Wryczy-Bekier (2010), w którym – po obszernym *Wprowadzeniu do webwritingu* – pojawiają się m.in. rozdziały: *Dziennikarstwo internetowe*, *Tekst reklamowy w Internecie*, *Komunikat prasowy w Internecie*, czyli słów kilka o e-PR.

nawiązania bardziej partnerskiej relacji z czytelnikiem (zob. Worsowicz 2010: 405-413).

Jednak w przypadku sieciowych poradników dbałość o spójny i zamknięty plan tekstu nie jest regułą, gdyż funkcjonują one w wirtualnej przestrzeni na różnych zasadach. Niektóre z nich to stworzone w ściśle określonym celu publikacje fachowców, będące realizacjami tradycyjnego gatunku, jakim jest artykuł. Mają wyraźnie wyodrębnione trzy części (początek – lid, rozwinięcie, zakończenie – puenta), a porady uszeregowane są w logicznej kolejności (np. od ogólnych do szczegółowych, np. Sierpiński 2011). Takie teksty zwykle nie spełniają tak ważnego dla internautów warunku zwięzłości, ale stanowią cenne źródło wiedzy dla osób, które poszukują zarówno wskazówek, jak i rzetelnego uzasadnienia ich słuszności.

W sieci częściej można natrafić na publikacje o charakterze materiałów szkoleniowych – otwiera je kilkuzdaniowe wprowadzenie podkreślające praktyczny walor tekstu, zaś dalsza część to lista zaleceń (np. *Formatowanie*; Jeleśniański 2010a).

Trzeci typ poradników warsztatowych stanowią niewielkie objętościowo wyliczenia krótkich porad (np. *Jak pisać krótko*). Konstrukcja enumeracyjna nie wymaga szczególnego uporządkowania treści, ważniejsze jest, aby w każdej chwili można było ją uzupełnić bez konieczności przeredagowywania całej publikacji.

Jakie wskazówki dają autorzy adeptom pisania do internetu? Są one zarówno ogólnikowe, np. „Zawsze dbaj o jasność pisania” czy „Nie przynudzaj w leadzie”, jak i precyzyjne: „Nie używajcie kursywy w tekście – bardzo źle się czyta”. W funkcji perswazyjnej występują również przykłady poprawnego i błędnego zastosowania leksyki oraz zasad ortografii i interpunkcji (zob. *Stylebook*). Jakkolwiek funkcjonujące w wielu redakcjach prasowych tzw. stylebooki, czyli zbiory zasad pisania tekstów,

bywają niezwykle szczegółowe, jest znaczące, że poradniki tworzone dla internautów często zawierają elementarne wskazówki z zakresu poprawności językowej, np. „Po skrócie mln nie dajemy kropki”. Jednak zarówno w obszerniejszych, jak i skromniejszych publikacjach powtarza się kilka fundamentalnych zaleceń, obowiązujących każdego, kto chciałby pisać w internecie. Wylicza je Joanna Szumowska (2008): skrótowość, prostota języka, skondensowanie treści, obiektywność, oryginalność. Chociaż jej spostrzeżenia dotyczą przede wszystkim materiałów o charakterze marketingowym, to znajdują zastosowanie również w pracy dziennikarza *on-line*.

Autorzy poradników prezentują wymienione zasady w różny sposób – niekiedy poświęcając spójność formalną wypowiedzi na rzecz zwięzłości treści. Na stronie projektu „Aktywne społeczności”, sygnowanej logo jednego z najpopularniejszych serwisów dziennikarstwa obywatelskiego Wiadomości24.pl, najważniejsze zasady pisania „krótko, przystępnie i na temat” ujęte są w punkty, jednak precyzja wysłowienia budzi wątpliwości:

1. **Lead (zajawka)** – zawiera najważniejsze informacje, jakie masz do przekazania.
2. Informacja powinna odpowiadać na **pięć pytań**: kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego? [...].
3. **Z czego rezygnować przy redagowaniu leadu?**: Najlepiej z odpowiedzi na pytanie „dlaczego?” [...].
5. Język informacji: **krótko, prosto, bez nadmiernej ilości słów obciążających**. [...].
6. **Różnorodność czasowników**: powiedział, mówił – mają obojętne zabarwienie emocjonalne [...] (*Jak pisać krótko; podkreśl. oryginalne*).

Słowo „informacja” użyte jest raz w znaczeniu „lead”, a raz w znaczeniu „tekst informacyjny”; skoro lead *powinien* odpowiadać m.in. na pytanie „dlaczego”, to czy (i z jakiego powodu?) można z niego zrezygnować?; jakie znaczenie ma punkt 6. – czy to zalecenie używania różnorodnych czasowników, czy też jedynie objaśnienie dodatkowych znaczeń wyliczonych dalej czasowników?² Bardziej niż brak precyzji, uwagę czytelnika skupia jednak różnorodność użytych w wyliczeniu formuł: komentarz, twierdzenie, pytanie, oznajmienie. Z tej publikacji – jakkolwiek chaotycznej – da się jednak wywnioskować niektóre wspomniane wyżej zalecenia, bo autor podkreśla graficznie najważniejsze szczegóły i podaje przykłady właściwych sformułowań językowych.

Większość poradników odznacza się większą dbałością o strukturalny ład, co wiąże się z ich nadrzędną funkcją użytkową. Otwierają je uwagi o specyfice percepcji stron internetowych i wynikających z niej ogólnych zasadach pisania *on-line*, a następnie – w różnej kolejności – wskazówki na temat konstruowania tekstów, ich języka, prezentowania w witrynie, szczegółów związanych z hipermedialnym wzbogacaniem przekazu. Oddzielone śródtytułami (lub w inny sposób wyróżnione) części nie są jednak strukturalnie jednolite – przypominają raczej zbiory zwięzłych konstatacji na dany temat, bez wyraźnej hierarchii, ale potwierdzających słuszność zasad ogólnych (por. Dube). Największą spójnością wyróżnia się zazwyczaj fragment poświęcony budowie tekstu dziennikarskiego, w którym autorzy dzielą się doświadczeniami w redagowaniu kolejno na-

2 Osoby zorientowane w języku warsztatowym dziennikarzy zapewne zwrócą również uwagę na zawężenie znaczeniowe leksemu *zajawka*, który odnosi się zazwyczaj do zapowiedzi materiału dziennikarskiego zamieszczonego w innym miejscu i może przybierać nie tylko postać leadu, ale również nagłówek, zdjęcia z podpisem, infografiki itp. (por.: Wojtak 2004: 101-119; Pisarek 2006, hasła *zajawka*, *zapowiedź*).

główka, lidu i korpusu, wraz z niezbędnymi uwagami na temat kształtu językowego:

Tekst główny

Jest podporządkowany zasadom tworzenia tekstów użytkowych. Powinien być:

- zwięzły (**skrócony co najmniej o połowę** w stosunku do oryginału prasowego; najlepiej: **jednoekranowy**),
- rzeczowy,
- przejrzysty (podzielony **na krótkie akapity**, zawierające jedną myśl i opatrzone nagłówkami),
- napisany prostym językiem,
- hipertekstowy (zawierający linki **osadzone i rekomendujące**, wzbogacony o **materiały multimedialne**).

Ostatnia cecha tekstu użytkowego – konwersacyjność – odgrywa w tekstach dziennikarskich mniejszą rolę. Ich celem jest przekazanie informacji, a nie nawiązanie kontaktu z czytelnikiem. (Wrycza-Bekier 2010: 99; podkreśl. oryginalne)

Powyższy cytat pochodzi z książki, jest zatem szczególnie starannie uporządkowany, ilustruje ponadto – tak często podkreślane przez autorów porad – przejrzystość struktury i leksykalną zwięzłość. Niektóre omawiane teksty są bowiem dobrymi przykładami publikacji internetowych – czytelnik może szybko zeskanować je wzrokiem, wyszukując dokładnie te szczegóły, o które mu chodzi. Wspomniane przez Szumowską skondensowanie treści osiąga się, stosując wyróżnienia graficzne, rozmaite wyliczenia i wypunktowania, ale również przestrzegając podczas pisania informacyjnego tekstu dziennikarskiego tzw. zasady odwróconej piramidy. To reguła doskonale znana redaktorom prasowym, choć dla urozmaicenia formy wypowiedzi oraz efektu inforozrywki niejednokrotnie łamana w gazetach. W poradnikach internetowych zdarza się jednak, że opisywana jest jako zasada bezwzględnie obowiązująca, opatrzona sankcją

„jeśli na początku nie ma interesujących konkretów, internauta przestaje czytać tekst” (Jeleśniański 2008b; Wrycza-Bekier 2010, 32; Richter). Zatem umiejętność oceniania wagi oraz hierarchizowania faktów i – w dalszej kolejności – osadzania ich w kontekście stanowi fundament myślenia o pisaniu *on-line*, jednak w żadnym z analizowanych poradników nie ma nawet wzmianki o normach selekcji informacji. Można jedynie przyswoić sobie zalecenia typu:

Tytuły, nagłówki, śródtytuły powinny być możliwie krótkie, rzeczowe i jednoznaczne (Spychalska 2010).

[dobry tytuł newsa] powinien odpowiadać na pytania co? gdzie? kiedy? (Jeleśniański 2008a)

[lid streszczający] jest [...] bardzo dobrze odbierany przez czytelników, gdyż pozwala szybko zorientować się w temacie (Jeleśniański 2010b).

Warto również zauważyć, że skłonność autorów do ostrzegania i mobilizowania groźbą „kary” wydaje się typową strategią perswazyjną, stosowaną szczególnie w odniesieniu do ogólnych zasad publikowania w internecie. Najczęściej przyjmuje postać bezpośredniej przestrogi: „Zmuszanie Internautów do domysławiania się, co autor miał na myśli, bądź czytania fragmentu artykułu opatrzonego źle zaprojektowanym nagłówkiem działa bardzo irytująco” (Wełna 2010b).

Zdarza się również przywoływanie truizmów oraz argumentacja rzeczowa, oparta na autorytecie wyników badań:

Faktem jest, że człowiek postawiony przed zadaniem będzie tym mniej zmotywowany do jego wykonania, im większej ilości czasu oraz wysiłku realizacja będzie od niego wymagać. Podobnie jest z tekstami – im dłuższy tekst, tym mniejsza chęć jego dokładnego przeczytania.

[...] wyniki badań [3] wykazały, że średni czas pobytu użytkownika na jednej stronie witryny WWW wynosi 40 sekund. Zakładając, że przez

3 Pod wyrażeniem „wyniki badań” osadzony był link do strony autora zawierającej ustalenia badawcze dr J. Nielsena.

połowę tego czasu przegląda on zdjęcia oraz obrazki, w najlepszym przypadku przeznaczając pozostałe 20 sekund na czytanie tekstów. Biorąc pod uwagę, że średnia prędkość czytania tekstu drukowanego wynosi 150 słów na minutę, a czytanie z ekranu komputera jest 10% wolniejsze, co zmniejsza prędkość do 135 słów na minutę, użytkownik średnio czyta 45 słów na każdej podstronie. Są to mniej więcej trzy zdania. Dlatego też bardzo ważne jest jak największe skracanie publikowanych w Internecie treści (Wełna 2010a).

Ciekawszy zabieg uświadamiający wagę podstawowych reguł pisania do internetu zastosowali autorzy prezentacji *Kilka rad dotyczących tekstów on-line* (Grupa Fresh 2006). Na jednym z pierwszych slajdów zamieścili stylizowane na cytaty wypowiedzi, świadczące, że internauci są rozpieszczeni, m.in.: „nie marnuj mojego czasu” i „wykraczaj poza moje oczekiwania”. Dopiero w dalszej części publikacji pojawiły się omówienia najważniejszych zasad – właściwej długości tekstu, jego prezentacji na stronie internetowej, konstruowania linków i akapitów, prostoty językowej i dodatków multimedialnych niezbędnych w publikacji. Dociekliwy czytelnik dowie się, że dbałość o wielkość tekstu oznacza nie tylko jego zredukowanie o połowę (w domyśle: w zestawieniu z jego wersją początkową lub przeznaczoną do druku w gazecie)⁴, ale również używanie 2-3-wierszowych akapitów i krótkich (!) słów, prostota zaś – unikanie zdań podrzędnie złożonych oraz zaimków (w szczególności: osobowych i względnych). Wśród tych konkretnych wskazówek znalazły się również dwa humorystyczne ostrzeżenia: „strona bierna to objaw sadyzmu autora” i „zdania z wielokrotnym zaprzeczeniem to też objaw sadyzmu autora”, które niewątpliwie ubarwiły monotonną stylistykę tego poradnika.

4 Inne poradniki z zakresu webwritingu zalecają, by skrócić tekst o połowę, a następnie jeszcze raz o połowę. Jest to rozwinięcie znanej zasady dziennikarskiej: „Nie ma takiego tekstu prasowego, który nie zyskałby na tym, że się go skróci o połowę”. Por. Szumowska 2008.

Podobne przejawy swobody wyśłowienia⁵ i chęci nawiązania bliskiej relacji z czytelnikiem widoczne są również w niektórych innych publikacjach poświęconych dziennikarstwu *on-line* – należy uznać je za realizację perswazji językowej, wzbogacającej ogólnie ubogi repertuar poradnikowych działań perswazyjnych. Pozostają one też zazwyczaj spójne ze stylistyką wypowiedzi, zbliżoną w wielu przypadkach do monologu przyjaciela:

Próbuj [szukać inspiracji] najpierw w ludziach. Od najbliższych, poprzez znajomych aż do osób zupełnie przypadkowych, przypadkowo poznanych. Zdarza się, że inspiracjami do artykułów są sytuacje z pobytu w szpitalu, urlopu, wyprawy do urzędu. Osobiście bardzo cenię tego typu perełki. Bo są nasączone autentyzmem i szczerością przekazu. Ale nie ulegaj złudzeniu, że to najłatwiejsza z pisanin. Nic bardziej mylnego. (Nowak 2007)

Demonstrowany przez autorów życzliwy (także w przypadku bardziej oficjalnego stylu) stosunek do czytelnika harmonizuje z typowym dla piśmiennictwa poradniczego chwytem „przynęty”. Podkreślając, że każdy może spróbować swoich sił w pisaniu *on-line*, oraz że podstawowe reguły są nieliczne i łatwe do opanowania, autorzy budują pozytywny obraz zadania stawianego przed adresatem wypowiedzi. W połączeniu z wizją nagrody („[...] jak już stworzysz swój materiał, to będziesz mógł/mogła zamieścić go w naszym serwisie – albo jako pojedynczy artykuł, albo jako część Twojej własnej strony internetowej, na której będzie można prezentować swoje działania lokalne”; Nowak 2007) zabieg ten może skutecznie przekonać amatorów do sprawdzenia porad w praktyce.

Dążenie do nadania kontaktowi z czytelnikiem bezpośredniego charakteru jest natomiast internetowym standardem (por.

5 Na stronie portalu obywatelskiego Aktywne społeczności pojawiła się uwaga: „Przede wszystkim – nie znęcaj się nad czytelnikiem, pisz krócej!” (*Jak konstruować*)

Wrycza-Bekier 2010: 76-78), zatem powszechne posługiwanie się formami rozkazników w 2. osobie liczby pojedynczej lub mnogiej ogranicza do minimum ich moc sprawczą. Skuteczniejsza, gdyż bardziej przyjazna wobec internauty, jest forma 1. osoby liczby mnogiej, ale pojawia się ona wyjątkowo (Moszkowicz 2009; Szumowska 2008).

Istotną wadą z punktu widzenia skuteczności perswazyjnej poradników jest niedostatek przykładów praktycznych zachowań, które adept pisania *on-line* mógłby zastosować, chcąc przestrzegać reguł ogólnych. Poza wspomnianymi egzemplifikacjami z zakresu poprawności ortograficznej i interpunkcyjnej czytelnik zbyt często samodzielnie musi sobie wyobrazić, co oznacza np. „Napisz tak, żeby zrozumiała Twoja sąsiadka, a Twój kolega-profesor na pewno się nie obraził” (*Jak pisać tekst do internetu*) lub „[...] zalecane jest konstruowanie zdań z użyciem języka na poziomie klas gimnazjalnych” (Wełna 2010b). Choć humorystyczny wydźwięk pierwszej z cytowanych porad (i deprimujący – drugiej) zwiększa szanse jej zapamiętania, to zdecydowanie skuteczniejsze będzie np. rozwiązanie zastosowane przez Agatę Pasikowską, która namawiając do tworzenia „klarownych i czytelnych nagłówków”, dodaje:

W tym celu przeczytaj (a najlepiej daj komuś innemu do przeczytania) same nagłówki, bez tekstu i poproś, bądź sam odpowiedz na pytania: Czy każdy nagłówek jest zrozumiały sam w sobie? Czy czytane po kolei są spójne? Czy po ich przeczytaniu czytelnik potrafi poprawnie powiedzieć, o czym jest cały tekst? Czy są rozdzielne merytorycznie – nie pokrywają się zakresem? (Pasikowska 2010)

Częściej stosowaną przez piszących techniką jest wyliczanie negatywnych (w większości fikcyjnych) przykładów i zestawianie ich z ocenianymi pozytywnie (np. Jeleśniański 2008a, 2008b). Różnice pomiędzy nimi są wyraźne i łatwe do zinterpretowania, a razem z poprzedzającym je objaśnieniem (np. czym cechuje

się dobry nagłówek) tworzą komunikat trafiający czytelnikowi do przekonania.

Cechująca omawiane poradniki prostota wypowiedzi wiąże się z unikaniem przez autorów specjalistycznego języka – obecne są niemal wyłącznie profesjonalizmy z zakresu komputerowej edycji tekstu oraz terminologia internetowa (np.: *justowanie, sekcja, linkowanie, klikać, optymalizacja treści, wortal*); żargon dziennikarski występuje śladowo (*lead, nagłówek, śródtytuł, artykuł*). Styl potoczny nie sprzyja użyciu wyrażonych środków językowych – ważniejsze są zrozumiałość i jednoznaczność, z którymi harmonizuje nieskomplikowana składnia. Kształt językowy zdecydowanej większości poradników stanowi najlepszy przykład realizacji zawartych w nich wskazówek.

4. Podsumowanie

Z analizy badanych tekstów wynika, że zasadą nadrzędną jest wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom i nawykowi czytelnika-internauty – to on jest najwyższą instancją, której wola staje się prawem obowiązującym piszących *on-line*⁶. Na jednej ze stron (*Jak konstruować*), w kontekście używania odpowiedniego języka, pojawiło się nawet uzasadnienie takiej praktyki: ma być ona wyrazem tego, jak bardzo autor ceni odbiorcę przekazu. Ta perspektywa nie jest oczywiście niczym nowym w praktyce dziennikarskiej, wydaje się jednak, że w przypadku internetu została wypaczona, gdyż całkowicie wyeliminowała stawianie wyzwań czytelnikowi. Szybkie i powierzchowne wertowanie stron WWW nie daje się już pogodzić z uważnym śledzeniem

6 J. Dube pisze wprost: „Pisz więc i redaguj dokładnie tak, jak chcą Cię odbierać inni”.

toku wyводу, samodzielnym rozstrzygnięciem wątpliwości czy wnioskowaniem kontekstowym. Płytką ciekawość i zabawa zbyt mocno przesłaniają potrzebę refleksji i rozumienia.

Poradniki z różną dokładnością odpowiadające na pytanie „Jak pisać do internetu?” są publikacjami specjalistycznymi przede wszystkim pod względem tematyki. Celem autorów jest jednak podzielenie się wiedzą z jak najszerszym kręgiem zainteresowanych, nieprzygotowanych wcześniej do jej przyswajania, zatem zarówno ich forma i język, jak i stopień pogłębienia tematu nie ograniczają wyraźnie kręgu potencjalnych odbiorców. Proponowane im publikacje można zazwyczaj ocenić jako wartościowe pod względem treściowym i odpowiadające pod względem formy przyzwyczajeniom internautów. Ich jakość warsztatowa wymaga dalszego udoskonalania.

Bibliografia

- Dube, J. *Tuzin porad dla piszących on-line*, http://www.gdansk.lasy.gov.pl/strony-korporacyjne/informacje-dla-redaktorow-www/szkolenie-strona-internetowa-lasow/Tuzin%20porad%20dla%20piszacych%20on_line.doc/view?searchterm=tuzinporad [data dostępu: 12.10.2010].
- Formatowanie*, <http://www.napiszartykul.pl/formatowanie.html> [data dostępu: 12.10.2010].
- Grupa Fresh. 2006. *Jak pisać teksty do internetu*, <http://www.slideshare.net/pronlinecompl/jak-pisa-teksty-do-internetu> [data dostępu: 10.12.2014].
- Szumowska, J. 2008. <http://www.slideshare.net/symetria/podstawy-pisania-na-potrzeby-internetu> [data dostępu: 10.12.2014].

- Jak pisać tekst do internetu*, http://www.wiadomosci24.pl/artukul/jak_pisac_tekst_do_internetu_158.html [data dostępu: 15.05.2015].
- Jak konstruować tekst do gazety internetowej?*, http://cal.org.pl/as_new/tresc.php?id_artykul=11 [data dostępu 12.02.2010].
- Jak pisać krótko, przystępnie i na temat?*, http://cal.org.pl/as_new/tresc.php?id_artykul=9 [data dostępu: 20.08.2010].
- Jeleśniański M. 2008a. *Dobry tytuł newsa*, <http://eredaktor.pl/warsztat/redaktor/dobry-tytul-newsa/> [data dostępu: 10.10.2014].
- Jeleśniański, M. 2008b. *Zasada odwróconej piramidy w internecie*, <http://eredaktor.pl/warsztat/redaktor/zasada-odwroconej-piramidy-w-internecie/> [data dostępu: 10.10. 2014].
- Jeleśniański M. 2010a. *10 porad dla dziennikarzy internetowych*, <http://eredaktor.pl/rozmaitosci/10-porad-dla-dziennikarzy-internetowych/#more-383> [data dostępu: 10.10. 2014].
- Jeleśniański M. 2010b. *Rodzaje lidów*, <http://eredaktor.pl/warsztat/redaktor/rodzaje-lidow/#more-358> [data dostępu: 10.10.2014].
- Kosiński, M. 2009. *Jak pisać – porady praktyczne*, <http://interia360.pl/artukul/jak-pisac-porady-praktyczne,117> [data dostępu: 10.10.2014].
- Moszkowicz, Z. 2009. *Jak pisać i opracowywać teksty*, <http://interia360.pl/artukul/jak-pisac-i-opracowywac-teksty,229> [data dostępu: 10.10.2014].
- Nowak, M. 2007. *Jak pisać? Oblicza dziennikarstwa gazety internetowej*, http://www.wiadomosci24.pl/artukul/jak_pisac_oblicza_dziennikarstwa_gazety_internetowej_40109.html [data dostępu: 10.10.2014].
- Olszański, L. 2006. *Dziennikarstwo internetowe*. Warszawa: WAiP.

- Pasikowska, A. 2010. *Jak pisać do sieci?*, <http://www.tymczasownik.pl/ai/jak-pisac-do-sieci> [data dostępu: 10.10.2014].
- Richter, A. *Jak użytkownicy czytają stronę WWW?*, <http://republika.onet.pl/2267,31,1,fabryka.html> [data dostępu: 10.11.2010].
- Sierpiński, T. 2011. *Od informacji do newsa...*, <http://www.ceo.org.pl/pl/reportaze/news/od-informacji-do-newsa> [data dostępu: 10.10.2014].
- Słownik terminologii medialnej*. 2006. Red. W. Pisarek. Kraków: Universitas.
- Spychalska, I. 2010. *Pisanie tekstów na strony internetowe*, <http://seoadder.info/art-kat-5-15-pisanie-tekstow-na-strony-internetowe.html> [data dostępu: 10.10.2014].
- Stylebook – czyli trochę o pisaniu w naszym serwisie*, http://www.wiadomosci24.pl/artykul/stylebook_czyli_troche_o_pisaniu_w_naszym_serwisie_10747.html [data dostępu: 10.10.2014].
- Węlna, M. 2010a. *Długość tekstu*, <http://usability.michalwelna.com/kurs/projektowanie-tresci/dlugosc-tekstu> [data dostępu: 10.10.2014].
- Węlna, M. 2010b. *Pisanie do Sieci*, <http://usability.michalwelna.com/kurs/projektowanie-tresci/pisanie-do-sieci> [data dostępu: 10.10.2014].
- Wojtak, M. 2004. *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Worsowicz, M. 2010. „Nowatorstwo tekstów poradnikowych (wybrane przykłady prasowe)”. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, 13. 405-413.
- Wrycza-Bekier, J. 2010. *Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu*. Gliwice: Helion.

Noty o autorach

Dr **Małgorzata M. Bogdan** (Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Katedra Komunikacji i Zarządzania w Sporcie, Zakład Komunikacji Społecznej i Mediów) zajmuje się badaniami nad aspektami perswazyjnymi i efektywnością komunikowania w obsłudze ruchu turystycznego ze szczególnym uwzględnieniem przewodnictwa turystycznego. Autorka publikacji dotyczących w/w obszarów.

Dr hab. **Beata Gaj** (Uniwersytet im. Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie), absolwentka filologii klasycznej i polskiej, były kierownik Pracowni Cywilizacji Śródziemnomorskiej i Archeologii Uniwersytetu Opolskiego. Specjalizuje się w literaturoznawstwie, neolatynistyce, historii starożytnej, historii Śląska. Tłumaczka, nauczyciel akademicki, związana poprzednio z uniwersytetami w Katowicach i Opolu, członkini Polskiego Towarzystwa Retorycznego. Rozprawa habilitacyjna: *Ślązaczka. Pomiedzy rustica grossa i Pallas Silesiae – portret kobiety w literaturze łacińskiego Śląska* (Opole 2010).

Mgr **Anna Karwowska** – absolwentka filologii włoskiej (Uniwersytet Warszawski, Katedra Italianistyki), obecnie pracuje jako lektorka języka włoskiego.

Dr **Tomasz Konik** (Uniwersytet Warszawski, Instytut Lingwistyki Stosowanej), anglista. Główne obszary jego zainteresowań naukowych to lingwistyka tekstu/analiza dyskursu w zakresie

publicznie dostępnych tekstów pisanych języka angielskiego (m.in. z zakresu prognozowania ekonomicznego i ekonomicznych aspektów globalizacji) oraz językowe, stylistyczne i dyskursywne aspekty przekładu angielskich tekstów pisanych na język polski.

Dr **Grzegorz Kowalski** (Uniwersytet Warszawski, Instytut Lingwistyki Stosowanej); zainteresowania badawcze: dyskurs naukowy, analiza dyskursu, krytyczna analiza dyskursu, pragmatyka, socjolingwistyka. Wybrane publikacje: Duszak, A. i Kowalski, G. (red.) (2013) *Systemowo-Funkcjonalna Analiza Dyskursu*, Kraków, Universitas; Kowalski, G. (2014) "Positive Self-Evaluation and Negative Other-Evaluation in NSs' and NNSs' Scientific Discourse". W: A. Łyda i K. Warchał (red.) *Occupying Niches: Interculturality, Cross-culturality and Aculturality in Academic Research*, Cham, Springer International Publishing, 47-63; Kowalski, G. (2015) *Claim-making and Claim-challenging in English and Polish Linguistic Discourses*, Frankfurt am Main, Peter Lang.

Dr **Agnieszka Kulczyńska** (Uniwersytet Warszawski, Instytut Lingwistyki Stosowanej); jej zainteresowania badawcze i dydaktyczne obejmują analizę dyskursu, retorykę i analizę konwersacji. Zajmuje się zagadnieniami zrozumiałości tekstów oraz wzajemną artykulacją ich wymiaru informacyjnego i perswazyjnego. Kontakt: a.kulczynska@uw.edu.pl

Prof. zw. dr hab. **Gabriel Łasiński** (Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Katedra Komunikacji i Zarządzania w Sporcie, Zakład Komunikacji Społecznej i Mediów) specjalizuje się w zakresie badań prakseologiczno-systemowych aspektów działalności w sporcie (m.in. systemowych ujęć treningu sportowego i organizacji sportowych oraz metodyki projektowania systemów treningowych w sporcie wyczynowym).

W ostatnich latach jego publikacje koncentrują się na problematyce komunikacji interpersonalnej, pracy grupowej i efektywności zachowań organizacyjnych.

Dr hab. **Cyprian Mielczarski** (Uniwersytet Warszawski, Instytut Filologii Klasycznej), profesor UW, filolog klasyczny, historyk idei. Zainteresowania badawcze: historia idei politycznych, retoryka i dyskurs publiczny, edukacyjne i rozwojowe funkcje kultury, humanizm renesansowy. Autor książki *Sofiści i polityka. Antyczne źródła liberalizmu europejskiego* (Warszawa, PWN 2010, 2 wyd.) oraz kilku monografii naukowych z zakresu łacińskiej kultury humanistycznej. Twórca i organizator publicznego forum dyskusyjnego na Uniwersytecie Warszawskim „Retoryka, Polityka, Dyskurs Publiczny. Od starożytności do współczesności”. Były dyrektor Centrum Animacji Kultury (1998-2002, obecnie Narodowe Centrum Kultury) i Instytutu Filologii Klasycznej UW (2005-2013).

Mgr **Ewa Tarasek** – absolwentka filologii włoskiej (Uniwersytet Warszawski, Katedra Italianistyki); obecnie lektorka języka włoskiego.

Dr hab. **Monika Worsowicz** (Uniwersytet Łódzki; Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej) prowadzi zajęcia z zakresu gatunków dziennikarskich, retoryki i edycji tekstów naukowych. Autorka monografii pt. *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna* (Łódź 2013) oraz publikacji z zakresu dziennikarstwa prasowego, ewolucji dziennikarskich form wypowiedzi, edytorstwa prasowego (m.in. „Łódzka piramida, czyli o trzech typach dziennika lokalnego”, [w:] *Łódzkie media dawniej i dziś*, red. B. Bogłębska, J. Mikosz, Primum Verbum, Łódź 2012, s. 101-115; „Nie tylko skrót myślowy – teksty prasowe i/a blog Janiny Paradowskiej”, [w:] *Media, biznes, kultura*, t. 2, red. J. Kreft,

R. Stopikowski, Wydawnictwo Marpress, Gdańsk 2011, 19-28). Współredaktorka opracowań, m.in. z zakresu dziennikarstwa śledczego (*News i dziennikarstwo śledcze wobec wyzwań XXI wieku*, red. M. Palczewski, M. Worsowicz, Łódź 2010), stylu, mediów i komunikacji (*Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010).

Dr **Urszula Zaliwska-Okrutna** (Uniwersytet Warszawski, Instytut Lingwistyki Stosowanej); zainteresowania naukowe: tożsamość językowa, tożsamość w tłumaczeniu, etolingwistyka. Wybrane publikacje: (2011) „Enter Elementary Etholinguistics”. *Kwartalnik Neofilologiczny* LVIII/3. 395 – 406; (2011) „Translatio et translator”. W: Anna Kukułka-Wojtasik (red.) *Translatio i Literatura*. Warszawa, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 385-392; (2011) „Double Face of Glottic Identity Revealed in Translation”. W: P. Sutcliffe, W. J. Sullivan, A. Lommel (red.) *LACUS XXXVI*. 347- 355; (2012) „Teorie terminologiczne trafne, trudne i telegeniczne”. W: D. Brzozowska i W. Chłopicki (red.) *Termin w językoznawstwie*. Kraków. Tertium. 49-57; (2012) „Teoria tłumaczenia według Jana Nieciśława Baudouina de Courtenay”. W: M. Guławska-Gawkowska, K. Hejwowski i A. Szczęsny (red.) *Tłumacz: służa, pośrednik, twórca?*. Warszawa, Sowa Sp. z o. o. 71-79; (2013) „Etholinguistic Approach to Translation”. W: M. Thelen i B. Lewandowska-Tomaszczyk (red.) *Translation and Meaning*, Part 9. Maastricht. Zuyd University of Applied Sciences. 91-98; (2013) „Na początku było słowo – i co się z nim stało...”. W: A. Knapik, W. Chłopicki i P. Chruszczewski (red.) *Słowo w kontekście*. Kraków. Tertium. 303-311.

Dr hab. **Maria Załęska** (Uniwersytet Warszawski, Katedra Italianistyki) zajmuje się zagadnieniami komunikowania wiedzy w dyskursie akademickim, w porównaniu z dyskursem pro-

fesjonalnym, eksperckim, popularyzatorskim, dydaktycznym i pseudonaukowym. Jej badania retorycznej konstrukcji wiedzy w tekstach dotyczą trzech powiązanych ze sobą kwestii: dyskursu nauki, krytyki oraz przejawów kreatywności. Wybrane publikacje: *„Rhetoric and Politics. Central/Eastern European Perspectives* (red.; 2012, Cambridge Scholars Publishing); *Retorica della linguistica. Scienza, struttura, scrittura* (2014, Peter Lang).

Rhetoricum, wydawana przez Polskie Towarzystwo Retoryczne, stanowi forum prezentacji badań nad praktykami perswazji, prowadzonymi w ramach różnych dyscyplin: retoryki, teorii argumentacji, lingwistyki, teorii literatury, socjologii, historii sztuki i innych. Celem serii jest ukazanie potencjału badań interdyscyplinarnych lub multidyscyplinarnych nad „tym, co retoryczne” – czyli *rhetoricum*.

Fragment recenzji: „*Retoryka w komunikacji specjalistycznej* to zarówno książka naukowa, jak i źródło praktycznej wiedzy co do efektywnej komunikacji w szerokiej gamie dziedzin, od nauk ścisłych do dziennikarstwa, medycyny, a nawet mody. (...) eklektyczność ma tu swoje uzasadnienie, pomaga bowiem zdać sobie sprawę z otaczającej nas różnorodności rodzajów i dyskursów „wiedzy” (...). Potrzeba wiedzy retorycznej jest pochodną rozwoju społeczeństwa demokratycznego, a więc z zasady konkurencyjnego, w którym efektywna – i efektowna – prezentacja stanowisk stanowi podstawę nie tylko wychowania i zachowania obywatelskiego, ale i sukcesu zawodowego, a nawet osobistego. Pod tym względem czytelnik znajdzie tu także mnóstwo ciekawych praktycznych wskazówek co do technik retorycznych i strategii argumentacyjnych, które pozwolą mu podejść bardziej świadomie (...) do różnych źródeł „wiedzy”, a być może także usprawnić własną komunikację w szkole, pracy czy życiu publicznym”.

Cezar M. Ornatowski
San Diego State University

ISBN 978-83-943179-0-4



9 788394 317904

ISBN 978-83-943179-1-1



9 788394 317911