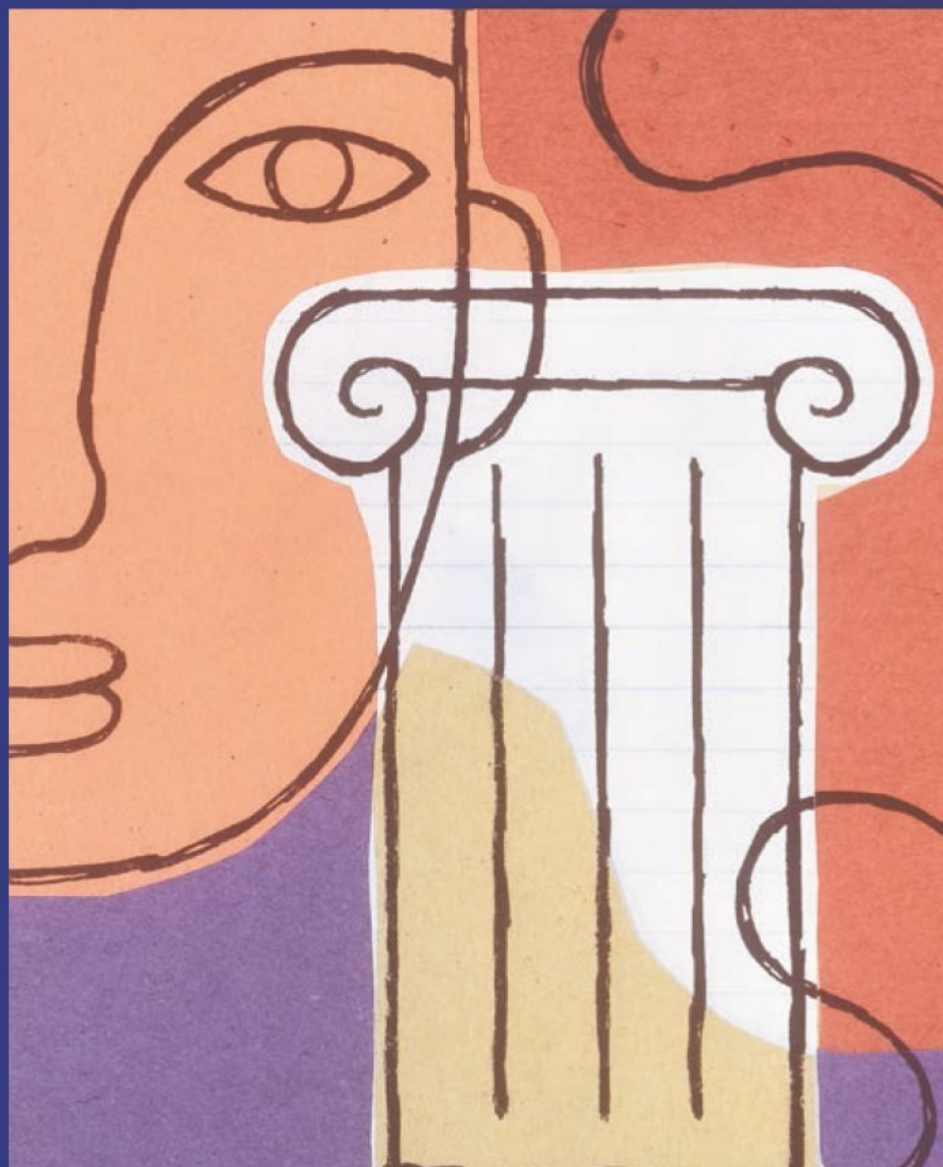


RETORYKA



W Y D A W N I C T W O N A U K O W E P W N

RETORYKA

Redakcja naukowa

Maria Barłowska, Agnieszka Budzyńska-Daca, Piotr
Wilczek

Autorzy

Maria Barłowska, Monika Bogdanowska, Agnieszka
Budzyńska-Daca,

Elżbieta Dutka, Waław Forajter, Beata Gaj, Anna
Kucz,

Iwona Loewe, Beata Mytych-Forajter, Paweł Nowak,
Michał Rusinek

Leszczek Szewczyk, Jacek Warchala, Piotr Wilczek,
Maria Załęska



Ilustracja na okładce
Jose Ortega/Images.com/Corbis

Redaktor inicjujący
Monika Szewczyk

Redaktor
Anna Stankiewicz

eBook został przygotowany na podstawie wydania papierowego z 2008 r. (wyd. I)
Warszawa 2014

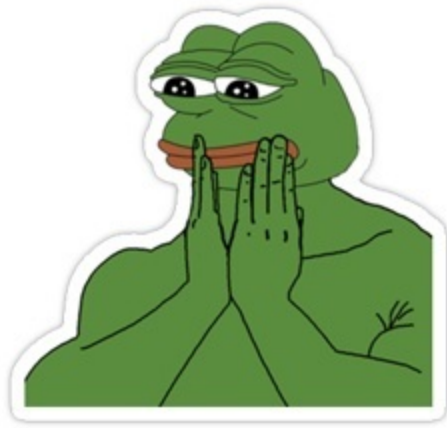
Copyright © by Wydawnictwo Naukowe PWN SA
Warszawa 2008

ISBN 978-83-01-17928-1 (ePub)
ISBN 978-83-01-17929-8 (Mobi)

Wydawnictwo Naukowe PWN SA
02-460 Warszawa, ul. Gottlieba Daimlera 2
tel. 22 69 54 321; faks 22 69 54 288
e-mail: pwn@pwn.com.pl; www.pwn.pl

Skład wersji elektronicznej:
[Virtualo Sp. z o.o.](http://Virtualo.com)

VIRTUALO
Digital platform of tomorrow



RARE

Spis treści

Piotr Wilczek, Co to jest retoryka i dlaczego warto ją studiować?

Część pierwsza

Anna Kucz, Retoryka i oratorstwo w starożytności

Monika Bogdanowska, Topika

Agnieszka Budzyńska-Daca, Sztuka argumentacji

Elżbieta Dutka, Kompozycja jako problem (nie tylko) retoryczny

Maria Barłowska, Amplifikacja retoryczna

Wacław Forajter, Wśród tropów i figur

Agnieszka Budzyńska-Daca, Pronuntiatio, czyli sztuka
wygłaszania mowy

Część druga

Maria Załęska, Retoryka a językoznawstwo

Beata Mytych-Forajter, Retoryka a literaturoznawstwo

Paweł Nowak, Retoryka a propaganda polityczna

Michał Rusinek, Retoryka a psychologia

Leszek Szewczyk, Retoryka kaznodziejska

Iwona Loewe, Retoryka w reklamie

[Jacek Warchala, Retoryka w obszarze public relations](#)

[Beata Gaj, Retoryka w szkole](#)

[Przypisy](#)

[Bibliografia](#)

[Noty o Autorach](#)

Piotr Wilczek

Co to jest retoryka i dlaczego warto ją studiować?

Retoryka to podręcznik akademicki, który w jednym tomie przedstawia wszystkie podstawowe problemy retoryki w sposób przystępny, ale jednocześnie przeznaczony dla wymagającego czytelnika. Nowoczesny sposób wykładu jest tu oparty na najnowszym stanie badań. W kilkunastu rozdziałach przedstawiono starożytną genezę retoryki, najważniejsze problemy tej dyscypliny (amplifikację, topikę, sztukę argumentacji, kompozycję, tropy i figury, wygłoszenie tekstu), a także relacje między retoryką a współczesnymi dziedzinami wiedzy i działalności człowieka, które wywodzą się z retoryki i bardzo wiele jej zawdzięczają – językoznawstwem, literaturoznawstwem, reklamą, public relations, propagandą polityczną, psychologią i kaznodziejstwem. Książkę kończy rozdział przedstawiający znaczenie retoryki we współczesnej edukacji szkolnej. W ten sposób czytelnik otrzymuje zarys podstawowej wiedzy na temat funkcji, struktury i znaczenia retoryki we współczesnej humanistyce i komunikacji społecznej.

Jak słusznie zauważył w opublikowanym niedawno, syntetycznym artykule Artur Rejter, współcześnie można wyróżnić kilka ważnych pól, na których retoryka znajduje szczególnie podatny grunt:

- szeroko pojęta komunikacja medialna (prasowa, radiowa, telewizyjna, internetowa), ze szczególnym uwzględnieniem takich form jak np.: przemówienie (sejmowe, wyborcze itp.), gatunki dziennikarskie, przede wszystkim publicystyczne (felieton, reportaż, esej, artykuł, wywiad itp.), reklama, teksty public relations; „komunikacja społeczna” – to termin zaproponowany dla wszelkiego typu form komunikacji o charakterze charytatywnym (częstej w ostatnich latach) przybierającej np. formę ogłoszenia bądź apelu;
- komunikacja religijna z wyłączeniem komunikacji ze sferą sacrum (np. modlitwa) – tutaj przede wszystkim wymienić należy homiletykę;

– komunikacja urzędowa – tu jednak pamiętać trzeba o dużym stopniu spetryfikowania struktur tekstowych, jak również o waloryzowaniu mało wyszukanych form perswazji (najczęściej jest to perswazja bezpośrednia, eksplicytna), przejawiających się w takich gatunkach jak: nakaz, rozporządzenie, wezwanie itp. (Rejter 2005: 118)

Podręcznik nasz stanowi odpowiedź na ogromny wzrost zainteresowania retoryką w Polsce w ostatnich latach, związanego między innymi z tym, że uświadomiono sobie olbrzymią rolę retoryki we współczesnej komunikacji medialnej, religijnej i urzędowej, ale także biznesowej.

W ostatnich latach, zwłaszcza w drugiej połowie XX wieku, retoryka funkcjonowała na marginesie polskiej edukacji humanistycznej, choć przez setki lat stanowiła podstawę tej edukacji. W wielu krajach, szczególnie w Stanach Zjednoczonych, na retoryce opierało się całe wykształcenie humanistyczne, gdyż służyć miało ono wychowaniu człowieka do życia w demokratycznym społeczeństwie, którego postawę stanowi skuteczna komunikacja. Tymczasem w Polsce zapomniano o retoryce – zarówno z powodów politycznych, jak i z powodu złej reputacji retoryki w polskiej tradycji edukacyjnej od czasów późnego baroku. W czasach gdy przeżywamy wielki wzrost zainteresowania retoryką we wszystkich wymienionych tu zakresach komunikacji społecznej, nadszedł czas na zwięzłe i wszechstronne przedstawienie podstawowych zasad i zastosowań retoryki jako sztuki posługiwania się słowem i kształtowania komunikatów.

Retoryka powinna być dla każdego humanisty podstawową dyscypliną, od której zaczyna on swoją refleksję nad językiem, komunikacją czy argumentacją. Jak zauważył wybitny znawca problemu – „ktokolwiek w jakiegokolwiek sytuacji zmuszony jest konstruować teksty [...], musi (nawet nieświadomie) posłużyć się określoną retoryką” (Lichański 1984: 23–24). Mówiąc najkrócej: retoryka to „umiejętność efektywnego posługiwania się słowem” (Brooks, Warren 1970: 6).

Według klasycznej definicji retoryka to *ars bene dicendi* – sztuka dobrego mówienia, gdzie *ars* oznaczało bardziej umiejętność techniczną, niż sztukę w dzisiejszym rozumieniu, *bene* wiązało się z pięknem estetycznym, ale też z dobrem jako wartością etyczną, wreszcie *dicendi* dotyczyło zarówno tekstów mówionych jak i pisanych.

Początki retoryki sięgają starożytnej Grecji, gdzie rozwinęła się zarówno sztuka oratorska, czyli sztuka wygłaszania przemówień, jak i retoryka opisowa, czyli teoria tworzenia tekstów mówionych, a potem również pisanych. Główne zasady retoryki zostały ustalone już w starożytności. Platon określał retorykę jako umiejętność kierowania duszami za pomocą słów i dostrzegał niebezpieczeństwa, jakim podlega ta umiejętność, gdy jest wykorzystywana do celów nieetycznych. Pierwszy systematyczny wykład zasad retoryki dał Arystoteles w swoim dziele *Retoryka* (*Techne rhetorike*), gdzie omawia zagadnienia argumentacji, psychologicznych zasad oddziaływania retoryki oraz zagadnienia stylistyczne („elokucyjne”). Pierwszym podręcznikiem retoryki w języku łacińskim była *Retoryka dla Herenniusza* (*Rhetorica ad Herennium*), kompletny wykład teorii retorycznej przypisywany niesłusznie Cynceronowi. Marek Tulliusz Cyncero, wielki rzymski filozof, mówca i teoretyk retoryki, obok niezapomnianych mów, w których możemy zaobserwować jego talent jako mówcy, stworzył ważne dzieła teoretyczne – traktat o retorycznej inwencji (*De inventione*), dialog *Mówca* (*Orator*), a przede wszystkim dialog *O mówcy* (*De oratore*), w którym zawarł niemal pełny wykład teorii i praktyki retorycznej. Największym kodyfikatorem starożytnej retoryki był rzymski teoretyk Marek Fabiusz Kwintylian, który w 12 księgach obszernego dzieła *Kształcenie mówcy* (*Institutio oratoria*) przedstawił całość zagadnień dotyczących retoryki, poczynając od najważniejszych zasad wychowania przyszłego mówcy, zgodnie ze starożytną zasadą, że orator *vir bonus, dicendi peritus* (człowiek dobry, biegły w słowie).

Wyróżniano trzy rodzaje retorycznej perswazji – doradczy (*deliberativum* – należały do niego wypowiedzi, które polegały na doradzaniu i odradzaniu – głównie polityczne, dydaktyczne, moralizatorskie), osądzający (*iudiciale* – wypowiedzi zawierające oskarżenie lub obronę osób lub rzeczy – głównie sądowe, ale również te, w których autor ocenia jakąś sprawę z pozycji sędziego) i oceniający (*demonstrativum* – wypowiedzi zawierające pochwałę lub naganę różnych spraw; do tego rodzaju należały wszelkie panegiryki, czyli utwory pochwalne).

Klasyczna retoryka, której głównym celem jest uczciwa perswazja, składa się z pięciu działów. Pierwszy to *inventio*, w ramach którego

dokonywano wyboru i „wynajdywania” tematu, ustalano sprawę i okoliczności sprawy, gromadzono dowody i źródła (toposy), zastanawiano się nad psychologicznymi aspektami perswazji. Drugi dział to *dispositio* – czyli kompozycja retoryczna. Tu ustalano porządek tekstu i charakter poszczególnych jego części. Przy okazji warto tu wspomnieć, że klasyczna mowa składała się z następujących części: wstępu, opowiadania, argumentacji, odpierania zarzutów (*refutacji*) i zakończenia. Trzeci dział, *elocutio*, to obszerny zespół zagadnień, które dziś określilibyśmy jako stylistykę – nauka o stylach retorycznych (były trzy podstawowe – wysoki, średni i niski, każdy stosowny do określonego tematu) oraz o tropach i figurach retorycznych. Czwarty dział retoryki, *memoria*, zajmował się nauką o zapamiętywaniu tekstu, a piąty, *actio*, o jego wygłaszaniu.

Nauczanie i zastosowania retoryki mają długą tradycję również w Polsce. Epoka średniowiecza traktowała retorykę bardzo utylitarnie. Była ona wprawdzie jedną z siedmiu sztuk wyzwolonych nauczanych w szkołach, ale w zasadzie została ograniczona do dwu dziedzin, zwanych *ars dictaminis* (sztuka dyskusowania, czyli sztuka prowadzenia korespondencji urzędowej) i *ars praedicandi* (sztuka kaznodziejska). To ostatnie zagadnienie stało się ważne od czasów wprowadzenia chrześcijaństwa, które jednak początkowo odnosiło się nieufnie do retoryki jako nauki pogańskiej; jej zadaniem miało być oszukiwanie ludzi i sprytne przekonywanie ich do spraw niesłusznych. Do „ocalenia” retoryki przyczynił się św. Augustyn, który w swoim dziele *O nauce chrześcijańskiej* (*De doctrina christiana*) pokazał, w jaki sposób można wykorzystać techniczne reguły pogańskiej nauki do szerzenia ideałów chrześcijańskich. W epoce renesansu retoryka stała się podstawą humanistycznego wykształcenia uniwersyteckiego, a jej zasady wykorzystywano przy tworzeniu wszelkiego rodzaju tekstów – zarówno użytkowych, jak i artystycznych. Kryzys retoryki na przełomie renesansu i baroku został wywołany reformą nauk wyzwolonych, którą zainicjował francuski uczoney Pierre de la Ramée (Piotr Ramus). Polegała ona na oddzieleniu w dydaktyce szkolnej inwencji i dyspozycji od pozostałych części retoryki. W ten sposób, zgodnie z tendencjami epoki, która skłaniała się do włączania inwencji i dyspozycji do logiki, retoryka została sprowadzona *de facto* do elokucji, czyli nauki o stylach, co spowodowało

stopniowe odintelektualizowanie tej nauki i dało początek barokowym tendencjom, które ograniczyły szkolną retorykę do nauki o różnych rodzajach stylów i afektów oraz różnych form stylistycznej przesady (amplifikacji) (zob. Wilczek 2005: 65–72). Retoryka, będąca nieocenioną skarbnicą wiedzy humanistycznej, była w Polsce stopniowo odsuwana w cień i spychana na margines wiedzy humanistycznej.

W ciągu ostatnich czterdziestu lat można było zaobserwować w naukach humanistycznych, a zwłaszcza w nauce o literaturze swoisty renesans badań nad retoryką. Monografie i rozprawy szczegółowe, które ukazywały się od połowy lat sześćdziesiątych, dokonały wielu przewartościowań w naszym myśleniu o kulturze retorycznej. Inspiracją do tych badań były niewątpliwie prace uczonych zachodnioeuropejskich, zebrane między innymi w specjalnym numerze „Pamiętnika Literackiego” z roku 1977. O tym, jakimi zagadnieniami zajęła się ostatnio nauka zachodnia, pisał Michał Głowiński:

Charakterystyczny dla ostatnich lat renesans retoryki wyraził się zwłaszcza w czterech następujących centrach problemowych:

1. w studiach historycznych dotyczących teorii i praktyk retorycznych [...] dawne teorie są przedmiotem nie tylko rekonstrukcji, ale także aktualizacji;
2. w studiach poświęconych teorii tekstu jako swoistego sposobu oddziaływania na odbiorcę, perswazyjnym właściwościom wypowiedzi, a także – w pewnych wypadkach – teorii argumentacji;
3. w teorii tropów i figur;
4. w praktycznych wskazaniach, jak należy skutecznie konstruować wypowiedzi danego typu. (Głowiński 1977)

W ostatnich kilkunastu latach zaczęto w Polsce nadrabiać zaległości związane z tak długą nieobecnością retoryki w refleksji teoretycznej i w edukacji na wszystkich poziomach nauczania. W roku 1990 ukazały się dwa kompendia wiedzy o retoryce – pierwsze tego typu opracowania we współczesnej polskiej humanistyce – książki Mirosława Korolki (1990) i Jerzego Ziomka (1990). W swojej Sztuce retoryki Korolko starał się zrekonstruować na około 150 stronach w sposób encyklopedyczny (podporządkowany pięciu działom retoryki) całość terminologii

i metodologii retoryczno-oratorskiej. Ta pożyteczna książka przypomina jednak bardziej starożytny czy renesansowy podręcznik retoryki i jako propozycja metodologiczna sytuuje się w nurcie bardzo tradycyjnym, nieuwzględniającym najnowszych tendencji w badaniach nad retoryką. Daje ona wszakże czytelnikowi encyklopedyczne podstawy wiedzy o retoryce w zakresie obejmującym to, co *explicite* wyrażone w starożytnych traktatach i późniejszych podręcznikach. Jest to opis przejrzysty, uporządkowany i przez to łatwy do studiowania.

Retoryka opisowa Jerzego Ziomka pozbawiona jest kompletnego, encyklopedycznego wymieniania i definiowania pojęć i stanowi próbę zmierzenia się współczesnego teoretyka literatury, doceniającego rangę i autonomię starożytnej teorii retorycznej, z „niebezpieczną” problematyką związków retoryki i poetyki. Widać to zwłaszcza w rozdziałach o retoryce elokucyjnej, stylistyce kwantytatywnej, o tropach, figurach słów i figurach myśli. Rozdziały te powinny być lekturą obowiązkową każdego humanisty, nie tylko literaturoznawcy (Wilczek 1991: 318–322).

Od roku 2000 mamy do czynienia w Polsce z prawdziwym przełomem w odniesieniu do publikacji poświęconych retoryce. Przynajmniej po wielu latach oczekiwania otrzymaliśmy w przekładzie polskim fundamentalne dzieło Heinricha Lausberga *Handbuch der literarischen Rhetorik* (2002), które dla każdego humanisty głębiej zainteresowanego retoryką powinno stanowić niezbędne wprowadzenie do problematyki teorii retorycznej, zwłaszcza starożytnej. Ukazały się również dwie książki podstawowe dla nowoczesnych studiów nad retoryką: *Imperium retoryki* Chaima Perelmana (2002) oraz zbiór esejów Stanleya Fisha (2002), a także dwa podręczniki – *Retoryka dla studentów historii, politologii i dziennikarstwa* Krzysztofa Obremskiego (2004) (ogólne wprowadzenie do retoryki wraz z dużą antologią tekstów) oraz *Retoryka podręczna* – popularny podręcznik napisany przez współautora naszej książki, Michała Rusinka i Anetę Załazińską (2005). Bardzo ciekawym wprowadzeniem do podstawowych zagadnień retoryki dla początkującego czytelnika jest rozdział *ABC dobrego mówcy*, zamieszczony w książce *Polszczyzna na co dzień* (Wierzbicka 2006). Ukazują się kolejne, syntetyczne opracowania naukowe Jakuba Z. Lichańskiego (2000; 2003; 2007). Najciekawsze jest wszakże to, że po wielu latach podręczniki retoryki znów weszły do szkoły

średniej. Po roku 2000 wydano co najmniej dwa takie podręczniki (Karaś, Wierzbicka 2002; Bocheńska 2005). Ukazały się też książki, które dotyczą zastosowania retoryki we współczesnym biznesie, a zwłaszcza w zarządzaniu i marketingu (Ruhleder 2002, Kohout 2006, Beck 2007). Na koniec trzeba wspomnieć o pionierskiej na naszym rynku wydawniczym książce Jacka Wasilewskiego (2006), która opisuje retoryczne mechanizmy dominacji w kulturze. Wszystkie te ważne książki ukazały się w ostatnich kilku latach, co świadczy o ogromnym wzroście zainteresowania retoryką, a przede wszystkim oznacza powrót do rozumienia retoryki jako uniwersalnej wiedzy humanistycznej przydatnej, a wręcz niezbędnej w wielu dziedzinach życia współczesnego[1].

Nasz podręcznik nie ma na celu zastąpienia wyżej wymienionych książek i opracowań, nie stanowi on też jednak tylko ich dopełnienia. Ambicje redaktorów i autorów były większe – chcielibyśmy, aby stanowił on wprowadzenie do problematyki retorycznej dla wszystkich humanistów, którzy potrzebują pogłębionej refleksji nad retoryką, opartej na najnowszym stanie badań, podanej w klarownym, ale nieuproszczonym wykładzie. Mamy nadzieję, że książka ta spełni oczekiwania czytelników poszukujących nowoczesnej, syntetycznie ujętej wiedzy o różnych aspektach retoryki.

Część
pierwsza

Anna Kucz

Retoryka i oratorstwo w starożytności

Grecja

Od zarania swych dziejów Grecy doskonale wiedzieli, jaka moc tkwi w słowie mówionym. Przykładem są chociażby achajscy rycerze walczący pod Troją, którzy w sposób świadomy i umiejętny posługiwali się słowem. Sędziwego władcę Pilijczyków Nestora nazywa Homer „słodkosłownym mówcą”, gdyż potrafił swym „głosem słodszy od miodu” (Homer 1920; 1999 [I 249]) dotrzeć do głębokich zakątków duszy każdego słuchacza. Omawiając dzieje retoryki i uświadamiając sobie jej znaczenie dla kultury w dobie antyku grecko-rzymskiego, dochodzimy do wniosku, że starożytni retorzy w szczególny sposób akcentowali w retoryce miejsce filozofii i etyki. Retoryka, filozofia i etyka stanowiły silny fundament dla tak istotnej sprawy, jaką była starożytna paideia. Ideał owej paidei sformułował już stary epik: „Posiądź mistrzostwo słowa i stań się czynu człowiekiem” (Homer 1920; 1999 [IX, 443]).

Wydarzeniem decydującym w historii myśli greckiej, a także w dziejach retoryki jest pojawienie się polis. Członkowie greckiej społeczności, chcąc zabrać publicznie głos, musieli opanować sztukę przemawiania i sztukę przekonywania, czyli retorykę. Miejscem narodzin retoryki była agora, zaś „jej rodzicami surowe prawa i wolna myśl” (Zieliński 1928: 14). Za sprawą polis życie społeczne przyjmuje nową formę: słowo przeważa nad innymi instrumentami władzy, mowa staje się instrumentem politycznym, jest środkiem rządzenia i panowania nad innymi w państwie (Vernant 1996: 64).

Za wynalazcę sztuki retorycznej Arystoteles uważa Empedoklesa z Akragas (ok. 490–430 p.n.e.) i mieni go również nauczycielem Gorgiasza z Leontinoj (Empiricus Sextus 1914; 1970). Według zgodnej tradycji starożytnej właściwymi twórcami retoryki sycylijskiej mieli być jednak dwaj Syrakuzanicy: Koraks i Tejzjasz, których Arystoteles również nazywa nauczycielami Gorgiasza. Po obaleniu tyranów

w Syrakuzach i zaprowadzeniu demokracji na Sycylii (467 r. przed Chr.), Koraks wraz ze swym uczniem Tejzjaszem zaczął nauczać retoryki, a także wykorzystywać ją w regulowaniu spraw publicznych. Jest prawdopodobne, że wykłady Koraksa wydał jego uczeń Tejzjasz, dodawszy do nich własne uwagi. Jednak trudno ustalić komu właściwie przypisać autorstwo pierwszego podręcznika retoryki.

Za moment przełomowy dla rozwoju retoryki i kultury greckiej uważano przybycie do Aten w 427 r. Gorgiasza (480–375 p.n.e.) na czele poselstwa z Leontinoj, by prosić lud ateński o pomoc wojskową przeciwko Syrakuzom. Jego wymowę i jego nowy styl przyjęto w Atenach entuzjastycznie. Według świadectwa Arystotelesa i Cyncerona Gorgiasz pisał pochwały i nagany jednocześnie tego samego przedmiotu. Z tego powodu jedni czynili mu zarzuty, inni zaś chwalili. Gorgiasz starał się zatrzeć granicę między prozą a poezją. Tworzył analogiczne do poetyckich gatunków gatunki retoryczne. Retoryka, którą Sycylijczycy nazwali sztuką przekonywania, w koncepcji Gorgiasza staje się środkiem fascynacji, swoistej psychagogii – uwodzenia duchowego o oddziaływaniu magicznym. Dla osiągnięcia swego celu mówca nie musi znać ani mówić prawdy, wystarczą pozory i umiejętna gra słów. Toteż Gorgiasz potrafił, jak stwierdza Arystoteles w Retoryce (Arystoteles 1867; 2004 [III 1419 b]), rozbroić powagę przeciwników żartem, a żart powagą. Gorgiasz z Leontinoj nie tylko był twórcą i znakomitym reprezentantem patetycznej prozy artystycznej, ale także przedstawicielem rewolucyjnego ruchu umysłowego, zwanego sofistycznym, który przyczynił się do rozwoju postępowej myśli racjonalistycznej poprzez podważanie i obalanie teorii i poglądów dawnej nauki.

Sofiści, płatni nauczyciele „mądrości”, reprezentowali typ modnego wykształcenia. Posługując się sztuką wykrętnego dowodzenia oraz rozwijając w znacznym stopniu sztukę prowadzenia sporu (erystykę), przyczynili się do ugruntowania zasad retoryki, wspartej studiami językoznawczymi i logicznymi. Nie tylko sami mówili i działali, ale innych uczyli mówić i działać. Sofiści byli nauczycielami przygotowującymi do życia społecznego. Duszą ich programu edukacyjno-wychowawczego była retoryka, zaś celem ich działalności stało się wychowanie świadomych obywateli, polityków, którzy potrafią przewodzić. Poglądy sofistów znane są bardziej z ich polemicznej oceny,

zamieszczonej w dialogach – zwłaszcza w Gorgiaszu (Platon 1991 [464B–465E]) i Fajdrocie (Platon 1993 [261D–E]) – Platona i w Retoryce Arystotelesa (Aristoteles 2004 [1354 a 13–16, 1354 b 15–26, 1355 b 9–11]), niż z oryginalnych źródeł. Retoryka sofistyczna, z jednej strony zakładająca niepoznawalność rzeczywistości, a z drugiej strony wykorzystująca skłonność człowieka do łączenia słowa z rzeczywistością, stworzyła retorykę oderwaną od moralności i prawdy. Retoryka stała się, jak podkreśla Platon, „twórcą przekonania” (Platon 1991 [453 A]).

Platon (427–347 p.n.e.) na temat retoryki wypowiedział się w swoich dwóch dialogach, w Fajdrocie i Gorgiaszu. W Gorgiaszu odmawia retoryce statusu nauki i sztuki. Twierdzi, iż służy ona oszustwu, a nie dążeniu do prawdy, gdyż nie interesuje się moralnością, a jedynie opiera się na sądach prawdopodobnych i wszystko uzależnia od woli przemawiającego. Od tego dzieła zaczyna się wielki spór literacki między filozofią a retoryką. Natomiast w Fajdrocie znajdujemy postulaty odnośnie funkcjonowania retoryki. W sposób dobitny Platon obwinia retorykę i samego Gorgiasza o nadużycie słowa przeciw prawdzie i etyce. Zdaniem Platona warunkiem dobrego i pięknego przemawiania jest poznanie prawdy (Platon 1914; 1993 [42E]). Tytułowy Fajdros natomiast, będąc typowym sofistą, uważa, że to, co dobre i piękne nie posiada istotnego znaczenia, decydującą rolę odgrywa jedynie sąd. Sąd jest źródłem przekonania, a nie prawda. Platon ustami Sokratesa podkreśla, że sztuka krasomówstwa u tego, kto nie zna prawdy i opiera się tylko na mniemaniu, jest po prostu czymś śmiesznym, a nie sztuką (Platon 1914; 1993 [54 C]). Sokrates nazywa retorykę „częstki politycznej upiorem”. Jest ona dla duszy tym, czym sztuka gotowania dla ciała, jest antystrofą sztuki gotowania. Zdaniem Platona konieczne jest stworzenie nowej retoryki, opartej na pogłębionej znajomości psychiki słuchacza, etosie mówcy i jego organicznej konstrukcji.

Do rozkwitu oratorstwa attyckiego przyczynił się również Lizjasz (450–380 p.n.e.), Syrakuzanin, zaliczany do kanonu 10 mówców. W wieku młodzieńczym przebywał na południu Italii i tam kształcił się w retoryce m.in. u sycylijskiego retora Tejzjasza. Około r. 412 p.n.e. powrócił do Aten. Był człowiekiem niezmiernie bogatym, utrzymującym się wraz z braćmi z dochodów, jakie przynosiła wytwórnia tarcz. W 404 r. p.n.e. ultraoligarchiczne rządy Trzydziestu, które przeprowadziły aresztowania,

konfiskaty majątków i egzekucje na wielką skalę, doprowadziły również do konfiskaty majątku należącego do Lizjasza i jego braci. Pomimo starań Lizjaszowi nie udało się odzyskać zrabowanego mienia, toteż ze względów zarobkowych jako człowiek zubożały zajął się pisaniem mów sądowych na zamówienie oraz nauczaniem wymowy. Z przeogromnego dorobku (liczącego ponad 200 mów) do naszych czasów zachowały się 34 mowy: 25 mów w całości, a reszta fragmentarycznie. Do najbardziej znanych mów Lizjasza należy przemówienie oskarżycielskie (mowa XII) wygłoszone we własnej sprawie przeciw Eratostenesowi, byłemu członkowi Trzydziestu tyranów, podejrzanemu o spowodowanie śmierci Lizjaszowego brata Polemarcha. Od początku do końca trzyma ona w napięciu, dzięki zdolności wydobywania w prostych słowach wielkiego, dramatycznego patosu z wydarzeń pamiętnego roku 404 p.n.e. Wówczas oligarchiczny reżim, żądny krwi i pieniędzy, unicestwiał masowo w majestacie prawa swych politycznych oponentów. Mowa ta przynosi wiele cennych informacji historycznych o rządach Trzydziestu tyranów oraz wiele cennego materiału autobiograficznego. Twórczość Lizjasza jest przeciwieństwem wybujałego stylu Gorgiaszowego. Toteż starożytność uznała Lizjasza za mistrza stylu prostego, jasnego i naturalnego. Posługiwał się on językiem potocznym, ale nie pospolitym. Z imieniem Lizjasza samorzutnie kojarzy się dziś termin *ethopoiia*. Pisząc mowę, przedstawiał w niej taką charakterystykę klienta, która najbardziej mogła się spodobać wyrokującemu sądowi. Jego podstawowym celem było wygranie sprawy za wszelką cenę. A więc nie osiągnięcie efektu artystycznego, lecz praktycznego. Dlatego tworzył charakterystykę człowieka uczciwego, godnego zaufania i mówiącego prawdę (Turasiewicz 1975: 82 i n.). Cechą charakterystyczną jego stylu jest nie tyle rezygnacja ze środków sztuki oraz unikanie wszelkiej przesadnej ornamentyki słowa, ile ukrywanie pod pozorem naturalności i prostoty wysokiego oratorskiego i pisarskiego kunsztu. Wszystko, co napuszone, niezwykle i zbyt ozdobne jest nienaturalne, czyni wrażenie sztuczności, a zatem nie budzi wśród słuchaczy zaufania do przemawiającego. Te wszystkie przymioty sprawiły, że Lizjasz uchodzi za najwybitniejszego logografa^[2] attyckiego (Lizjasz 1998).

Szczególne miejsce w rozwoju wymowy greckiej zajmuje Izokrates (436–338 p.n.e.), wybitny mówca i teoretyk stylu. Łączy dwa wielkie

nazwiska: Gorgiasza i Demostenesa. Od Gorgiasza przejął narzędzie retorycznej sztuki, wygładził je i udoskonalił, po czym przekazał je Demostenesowi, który się nim posłużył w mistrzowski sposób. Ze względu na zbyt słaby głos i z powodu wrodzonej nieśmiałości sam nigdy nie przemawiał, pisał jednak mowy sądowe, popisowe i polityczne na zamówienie, w których stał się uznanym mistrzem. Odznaczają się one niezrównaną doskonałością formalną. Jego styl jednak wydaje się być odbiciem absolutnego braku emocji, jest czymś gładkim jak marmur, ale też jak marmur zimnym (Norden 1971: 113). W mowie Przeciw sofistom krytykuje aktualny stan nauczania. Izokrates, zwracając się ogólnie przeciw sofistom, ma na myśli nauczycieli i wychowawców podszywających się pod miano filozofów, zwłaszcza nauczycieli wymowy politycznej, którzy utrzymują, że potrafią każdego nauczyć sztuki przemawiania, bez względu na jego zdolności. W 390 r. p.n.e. w Atenach założył szkołę retoryczną, która była pierwszą w Europie średnią szkołą ogólnokształcącą, przygotowującą uczniów do pełnienia stanowisk państwowych. Uchodziła ona za kuźnię talentów i charakterów. Program jej obejmował retorykę, a także naukę pewnych elementów historii literatury, historii, prawa, a nawet psychologii. Słynęła ona z pełnych umiaru praktyk pedagogicznych, wierności ideałom etycznym oraz otwarcia na różne prądy intelektualne (Podbielski 2004: 12). Zdaniem Izokratesa retoryka jest czymś pożytecznym w życiu, zaś to, co pożyteczne musi być moralne, toteż retoryka jest moralna i uczy moralności. Sztuka wymowy dla Izokratesa to system kultury oparty na humanistycznych zasadach.

Uczniem Izokratesa zaś był m.in. Demostenes (384–322 p.n.e.). Zarówno czasy nowożytne, jak i starożytne przyznają Demostenesowi tytuł największego mówcy Grecji. Zaliczony do kanonu 10 mówców, uważany był za wspaniałego stylistę i wielkiego polityka. Pisał mowy sądowe w sprawach cywilnych i politycznych. Zachowana spuścizna Demostenesa obejmuje 61 mów oraz 6 listów (niektóre uważa się za nieautentyczne). 42 mowy reprezentują wymowę sądową, 16 mów wymowę doradczą-polityczną, 2 mowy wymowę popisową. Tworzywem literackim mów Demostenesa jest przede wszystkim język codzienny, niepozbawiony kolokwializmów, a nawet wulgaryzmów. Cechą charakterystyczną jego stylu stanowi dbałość o przejrzystość, ułatwiającą

słuchaczom zrozumienie wyrażonych myśli, a także zamierzona nieregularność. Otóż „Demostenesowa fraza charakteryzuje się zróżnicowaniem strukturalnym. Czasem jest długa, jak gdyby unoszona na falach myśli i uczuć. Innym razem krótka, zwłaszcza gdy są to pytania, bądź polecenia” (Turasiewicz 1991: CVI). Ten natłok krótkich zdań, oszałamiający i wyprowadzający przeciwnika z równowagi, a także potęgujący napięcie słuchaczy, jest środkiem retorycznej psychagogii. Toteż Demostenesa nazwano mistrzem trzech stylów. Gorgiasz specjalizował się w stylu podniosłym, Lizjasz w prostym, a Izokrates w średnim. Demostenes natomiast w mistrzowski sposób używał trzech stylów w jednej mowie. Przykładem zastosowania trzech różnych stylów tonalnych, godnych najwyższego podziwu, jest mowa O wieńcu. Naturalność i spontaniczność sztuki oratorskiej Demostenesa sprawiają, że odbiorca koncentruje się przede wszystkim na treści. Demostenes, w przeciwieństwie do Izokratesa, który wszędzie manifestuje swą sztukę i przesadnie zdobi środkami retorycznymi, umiejętnie potrafi ją ukryć, nadając jej naturalny ton (Turasiewicz 2005: 208–209).

Dwa dialogi Platona – Gorgiasz i Fajdros – zainspirowały największego i najwszechstronniejszego teoretyka sztuki wymowy w Grecji do napisania Retoryki. Arystoteles ze Stagiry (310–230 p.n.e.) spędził bez mała 20 lat w Akademii Platońskiej, gdzie retoryka była jednym z podstawowych punktów programu nauczania (Marrou 1969: 282). W podręczniku Stagiryty, dotyczącym sztuki przekonywania za pomocą zręcznych dowodów, można dostrzec rozwój poglądów Arystotelesa i stopniowe uniezależnienie od Platona. Arystoteles w nawiązaniu do Platona powiada: „retoryka jest antystrofą dialektyki” (Arystoteles 2004 [1354 a]). Nie zalicza on retoryki ani do nauk teoretycznych, ani do prakseologicznych, ani do pojetycznych. Ma ona charakter interdyscyplinarny, gdyż nie zajmuje się jakimś jednym wycinkiem rzeczywistości. Stagiryta, jako pierwszy w tradycji szkoły greckiej i grecko-hellenistycznej, podaje opisową definicję retoryki. Jego zdaniem retoryka „to umiejętność metodycznego odkrywania tego, co w odniesieniu do każdego przedmiotu może być przekonywające” (Arystoteles 2004 [1355b]). W toku argumentacji, którą posługuje się orator i której uczy retor, argumenty odwołujące się nie do wiedzy a do wiary, do mniemań, mają największą siłę przekonania. Arystoteles w sposób stanowczy wystąpił przeciw

retoryce sofistycznej (Arystoteles 2004 [1354a 10–20]), zwracając uwagę na nierozzerwalny związek, jaki istnieje pomiędzy retoryką a prawdą (Arystoteles 2004 [1356a 30–34]). Podkreślany przez Arystotelesa związek retoryki z prawdą i postulowanie narzucenia tej pierwszej rygorów dowodzenia logicznego tłumaczy się dopiero w obrębie Arystotelesowskiej filozofii jako konieczność związania słowa z bytem, jako remedium na nadużycia i manipulacje w obrębie ludzkiego poznania (Stefańczyk 2000: 21–32).

Ten krótki zarys dziejów retoryki i oratorstwa w starożytności nie pozwala na omówienie wszystkich sofistów i retorów (działających w V i w IV wieku), którzy przyczynili się do rozwoju teorii retorycznej. Należy jednak przynajmniej wspomnieć zachowany wśród dzieł Arystotelesa podręcznik wymowy, pt. *Retoryka dla Aleksandra*, który jest swoistym skrótem wcześniejszych traktatów retorycznych i pozwala nam w sposób najpełniejszy poznać charakter sofistycznej retoryki. Sprawa autorstwa i daty powstania przypisywanej przez wieki Arystotelesowi *Retoryki dla Aleksandra* pozostaje problemem dyskusyjnym i trudnym do rozstrzygnięcia. Prawdopodobnie dzieło to, które jest najstarszym zachowanym podręcznikiem retoryki, napisał Anaksymenes z Lampsakos po roku 340 p.n.e. Jakkolwiek autor *Retoryki dla Aleksandra* jest rówieśnikiem Arystotelesa, wyraża on poglądy związane jeszcze z tradycją sofistyczną. Autor uwzględnia trzy z pięciu znanych późniejszym podręcznikom retoryki zagadnień – *inventio*, *elocutio* i *dispositio* – związanych z samym tekstem mowy. Brak wszelkich wskazówek dotyczących sposobu jej wygłoszenia i technik łatwiejszego jej zapamiętania. Pod tym względem *Retoryka dla Aleksandra* jest podobna do *Retoryki Arystotelesa*. Różni się natomiast od niej brakiem jakiegokolwiek odwołania do filozofii i epistemologii, w swych założeniach jest całkowicie amoralna. Wykład ten stanowi zbiór praktycznych porad i wskazówek pouczających, jak przemawiać w sposób najbardziej przekonujący. Ważna jest złożoność sytuacji, nad którą mówca musi zapanować. Toteż podręcznik dostarcza argumenty niezależne od moralnych wartości: ten argument jest dobry, który pomaga osiągnąć pożądaną cel. *Rhetorica ad Alexandrum* jest unowocześnionym i rozszerzonym typem podręcznika sofistycznego, ukształtowanego w dużym stopniu pod wpływem myśli Sokratesa i Platona oraz

wzbogaconego doświadczeniem szkoły retorycznej Izokratesa. Brak jednak autorowi tegoż podręcznika świadomości teoretycznej, charakteryzującej Arystotelesa (Podbielski 2004: 236–237).

Wraz z utratą wolności w Grecji nastąpił dość gwałtowny upadek wymowy politycznej. Rozwijała się nadal wymowa sądowa, zwłaszcza mowa popisowa przeżywała w tym czasie prawdziwy rozkwit. Natomiast sztuka retoryki, stanowiąc ważny element ogólnego wykształcenia, znalazła schronienie w szkole, głównie w szkolnych deklamacjach o różnorodnej tematyce. Szczególne znaczenie w dziedzinie wymowy i stylistyki w okresie hellenistycznym przypisuje się Demetriuszowi z Faleronu (ok. 350–283 p.n.e.), uczniowi Arystotelesa i Teofrasta. Zdaniem Kwintyliana uchodził on „za tego, który pierwszy spowodował załamanie się prawdziwej wymowy” (Quintilianus 1907 [XII, 10, 1, 80]; Kwintilian 2002: 283). Ciceron natomiast w sposób następujący charakteryzuje nowy rodzaj wymowy Ateńczyka: „Demetriusz jako pierwszy całkowicie zmienił styl wymowy, uczynił go giętkim i delikatnym... i pragnął, by sprawiał wrażenie raczej pełnego słodczy niżeli powagi” (Cicero 1934; Ciceron 1998). Wśród utworów przypisywanych Demetriuszowi znalazły się dwa traktaty, które uznać wypada za nieautentyczne: O wyrażaniu się i Wzory listów. Rozprawka krytyczna O wyrażaniu się uchodzi za „najpełniejsze rozwinięcie Arystotelesowskiej nauki o słownym ukształtowaniu tekstu”, autor jej rozwija i wzbogaca antyczną naukę o periodzie, a także „modyfikuje dotychczasowe uwagi na temat stylu wypowiedzi” (Cichocka, Lichański 1995: 31).

W II w. p.n.e. Hermagoras z Temnos wydał w sześciu księgach Podręcznik retoryki, który nie tylko ożywił tę dziedzinę, lecz także wpłynął w sposób szczególny na dalsze jej losy. Dzieło to przepadło. Na podstawie przekazów i świadectw starożytnych, m.in. Cicerona, Kwintyliana i Augustyna, wiemy, iż Hermagoras opracował własny system retoryczny, w którym, posiłkując się logiką i dialektyką Arystotelesa oraz terminologią zapożyczoną od stoików, wprowadził odmienną siatkę pojęć retorycznych, wyposażonych w nowe treści semantyczne (Volkman 1995: 114). Włączył się również do dyskusji, a właściwie sporu, jaki od dawna prowadzili filozofowie i retorowie o istotę retoryki, czy jest ona wiedzą (episteme), czy sztuką (techne). Określił ją jako praktyczną umiejętność

dobrego przemawiania w kwestiach należących do sfery publicznej. Teoria retoryki Hermagorasa przetrwała w szkołach retorycznych przez długie wieki, stanowiąc podstawę nauczania tej dziedziny w republikańskim Rzymie. W IV wieku n.e. św. Augustyn tworzy retoryczny system, którego jądro pochodzi z jakiegoś łacińskiego opracowania dzieła tego greckiego pisarza (Barwick 1961: 99 i n.).

W sposób najpełniejszy udało się rozwinąć teorię retoryki Dionizjuszowi z Halikarnasu (Kennedy 1963: 264 i n.), sławnemu teoretykowi i nauczycielowi retoryki, autorowi historycznego dzieła Starożytności rzymskie. Jako zwolennik attycyzmu, zwłaszcza Izokratesa, sformułował jego teoretyczne zasady w wielu traktatach i pismach retorycznych. Cieszył się ze zwycięstwa w Rzymie tej tradycyjnej retoryki nad zwolennikami stylu azjańskiego (Dionysius 1904: 446; Dionizjusz 1953: 168). Retoryka w ujęciu Dionizjusza przestaje być przede wszystkim sztuką przekonywania, staje się natomiast sztuką ekspresji. Celem zaś wymowy jest przyjemność i piękno, których źródło stanowi melodia, rytm, zmiana i dostosowanie do treści (Madyda 1947: 28; por. Turasiewicz 1975).

Rzym

Podłożem rzymskiego oratorstwa była grecka retoryka, która obejmowała nie tylko sztukę ozdobnego przemawiania i przekonywania, ale także teorię wymowy. Należy pamiętać, że w retoryce rzymskiej starożytni (Quintilianus 1907 [2,14,5]) wyodrębniali trzy części:

- 1) ars (sztukę wymowy – ars bene dicendi),
- 2) artifex (mówcę – orator, którego nie należy utożsamiać z nauczycielem retoryki – rhetor),
- 3) opus (dzieło – mowa skomponowana artystycznie i zgodnie z teorią retoryki (bene dicendi scientia)).

W antycznym modelu edukacyjnym retoryka stanowiła syntezę ogólnej ówczesnej wiedzy i kultury. Oratorstwo uzewnętrzniało zatem formację intelektualną ludzi antyku (Aleksandrowicz 1996: 16). W starożytnym Rzymie retoryka miała ogromne znaczenie nie tyle ze względu na walory estetyczne, ile ze względów utylitarnych. Już od samych początków

istnienia państwa rzymskiego życie publiczne i prywatne zmuszało do zajmowania miejsca na mównicy: zabierano głos w senacie, na zgromadzeniach ludowych, w sądzie, wygłaszano mowy do żołnierzy, czczono zmarłych w mowach pogrzebowych. Dzięki opanowaniu sztuki retorycznej można było odgrywać ważną rolę w życiu społecznym i politycznym[3]. Bez opanowania tej sztuki trudno byłoby w Rzymie ubiegać się o publiczne urzędy.

Cycon w utworze Brutus wyróżnia kilka etapów rozwoju rzymskiej wymowy: okres Katona i Ceterusa, okres Grakchów, okres Antoniusza i Krassusa oraz okres bezpośrednio poprzedzający działalność samego Cyconera, to jest okres Kotta i Hortensjusza. Wymienia ponad 200 nazwisk oratorów żyjących przed 46 r. p.n.e. Większość z nich to nobiles schyłkowej Republiki[4]. Również w dziele De oratore (O mówcy) przekazuje wiele wiadomości na temat retoryki.

Do grona znakomitych mówców, którzy przed Cyconem cieszyli się ogromnym uznaniem, należą bracia Grakchowie, którzy łączyli znajomość retoryki ze służbą państwu i aktywnością polityczną. Według Tacyty Gajusz Grakchus (153–121 p.n.e.) był najdoskonalszym wśród pierwszych mówców rzymskich (Tacitus 1900; Tacyt 2004: 663). Podobnego zdania był Cycon (Cicero 1934 [13,125]). Na przykładzie wystąpień zwolenników i przeciwników reform Tyberiusza i Gajusza Grakchów można dowieść, iż oratorstwo rzymskie stanowiło narzędzie ostrej walki politycznej, zarówno dla przedstawicieli obozu reform, jak i jego zaciekle przeciwników. Ścierające się systematycznie ze sobą ugrupowania skupiły wokół siebie utalentowanych i wykształconych mówców, których umiejętności zadecydowały o rozwoju rzymskiego oratorstwa.

Na wzmiankę zasługuje również Lucjusz Krassus (140–91 p.n.e.), który „jako Rzymianin dostrzegał utylitarne aspekty oratorstwa, a nawet w owym utylitaryzmie dopatrywał się podstawowych cech dobrej retoryki” (Aleksandrowicz 1996: 42). Postawę podobną Lucjuszowi Krassusowi reprezentowało wielu rzymskich polityków: doceniali znaczenie retoryki w realizacji celów politycznych.

Niemal równolegle rozwijały się przez wiele lat talent oratorski i kariera polityczna dwóch najsłynniejszych mówców Republiki: Cyconera i Hortensjusza, którzy kilkakrotnie występowali przeciw sobie.

Hortensjusz Hortalus (114–50 p.n.e.), konsul z roku 69, jako najwybitniejszy przedstawiciel azjańskiego stylu w Rzymie, urzekał słuchaczy grą słów i rytmów oraz wyszukanymi metaforami. Początkowo był podziwiany przez Cyncerona i uważany za najlepszego oratora. Później jednak Cynceron, po roku 69, a więc bezpośrednio po konsulacie swego rywala, uznał, że poziom jego mów jest coraz słabszy, tym samym podkreślał swoją wyższość nad Hortensjuszem (Cicero 1934 [93, 320; 95, 325; 95, 327]). Z opublikowanych mów, które wywoływały o wiele mniejsze wrażenie, niż te wygłaszane z odpowiednią gestykulacją i aktorstwem, zachowały się jedynie fragmenty. Z relacji Kwintyliana wiemy, że Hortensjusz był również autorem niezachowanego dzieła retorycznego (Quintilianus 1907 [2,1,11]), a także *Annales*, eposu traktującego o wojnie sprzymierzeńców.

Również córka Hortensjusza, Hortensja, bogata arystokratka, wsławiła się zdolnościami oratorskimi. W 43 r. p.n.e. wystąpiła w sposób zdecydowany i stanowczy przeciwko triumwirom, którzy domagali się od kobiet bardzo wysokich podatków na prowadzenie wojny domowej (Winniczuk 1983: 302). Mowę tę, zakończoną sukcesem, odtworzył Appian prawdopodobnie w oparciu o tekst autentyczny (Kumaniecki 1977: 165).

O utylitarnym charakterze retoryki, traktowanej jako narzędzie ostrej walki politycznej, świadczą wystąpienia pompejańczyków, usiłujących osłabić wpływy Juliusza Cezara (100–44 p.n.e.). Zarówno w obozie Pompejusza, jak i Cezara, nie zabrakło utalentowanych mówców. Z jednej strony obrona Republiki przyczyniła się do tego, iż pompejańczycy uprawiali dramatyzujące oratorstwo, z drugiej strony „wielki wódz, polityk, pisarz i mówca Juliusz Cezar, by móc przypomnieć Rzymianom swą prostą, ale niezwykłą sztukę retoryczną, musiał przekroczyć Rubikon, aby następnie z niespotykaną konsekwencją dążyć do przejęcia pełni władzy”. (Aleksandrowicz 1996: 78). Cezar, mąż stanu, najwybitniejsza postać Rzeczypospolitej Rzymskiej, a zarazem fundator Cesarstwa Rzymskiego, w sposób nienaganny opanował retorykę. Jego sztukę oratorską można było podziwiać w mowach sądowych, które miały również charakter polityczny, w mowach politycznych, a także w mowach pogrzebowych, wygłoszonych w związku ze śmiercią swej żony Kornelii, córki Cynny, a następnie swej ciotki Julii, żony Mariusza oraz

w przemówieniach skierowanych do żołnierzy. Szczególnie urzekająca była naturalność wymowy Cezara, pozbawiona jakiegokolwiek sztuczności (Cicero 1934 [75, 260]). Ceniono również Cezara za świetne opanowanie łaciny i w ogóle za doskonałość językowej poprawności [75, 251; 75, 260]. Zdaniem Kwintyliana, gdyby Cezar zajmował się tylko i wyłącznie wymową, to śmiało można by go było przeciwstawić Cyцерonowi (Quintilianus 1907 [10,1,14]). Jako mówca nie był Cezar klasycznym attycystą. Stosował z umiarem rozmaite figury retoryczne, dzięki czemu przemówienia jego były szczególnie jasne (Aleksandrowicz 1996: 83). Ponadto był autorem znaczącej dla retoryki rozprawy językoznawczej *De analogia*, w której opowiadał się za potocznym sposobem przemawiania (Kumaniecki 1977: 126–127).

Pierwszeństwo zarówno wśród mówców, jak i twórców rzymskiej teorii retorycznej, przypisuje się Cyцерonowi. Marek Tuliusz Cyцерon (106–43 p.n.e.), mówca, filozof i polityk rzymski, w ówczesnym czasie nie miał równego sobie w zakresie rozwoju myśli retorycznej, nawet wśród Greków (Kumaniecki 1969: 416). Kwintylian cenił Cyцерona bardziej niż Demostenesa (Quintilianus 1907: [10,1,105]). Przygotowanie oratorskie Cyцерon zdobywał u najlepszych nauczycieli greckich. W swej karierze politycznej, przesyconej duchem oratorstwa, przeszedł przez różne kierunki sztuki przemawiania: od stylu azjańskiego, wzniosłego, pełnego metafor, ozdób retorycznych i długich okresów, poprzez styl średni, bardziej umiarkowany, ozdobny, ale mniej patetyczny, aż do prostego i pozbawionego ozdób stylu attyckiego. W dziele *Orator*, poświęconym attycyzującemu Markowi Brutusowi, stawiając za wzór Demostenesa, przedstawia obraz idealnego mówcy, który potrafi posługiwać się wszystkimi trzema stylami, a nie tylko stylem skromnym. Toteż sam starał się w sposób mistrzowski stosować styl wzniosły, średni i skromny. Mowy Cyцерona nacechowane są erudycją, polotem i dowcipem oraz obfitują w środki stylistyczne, które dobrane w sposób staranny, decydują o harmonii całego tekstu. Z całej spuścizny oratorskiej, obejmującej mowy polityczne i sądowe, zachowało się 58 mów w całości lub większych częściach oraz 20 fragmentów. Wygłoszone przemówienia Cyцерon publikował, dzięki czemu spuścizna oratorska Cyцерona zachowała się w tak poważnych rozmiarach. Rozpowszechniał również mowy, których nigdy nie wygłosił, a które opracował jedynie pisemnie. Cyцерon jest też

autorem wielu pism retorycznych dotyczących teorii wymowy: doboru materiału, stylu i języka oraz sposobu wygłoszenia, w których poglądy Greków wzbogaca własnym doświadczeniem z praktyki prawniczej i sędowniczej. Za najdoskonalsze spośród pism retorycznych uchodzi dzieło ujęte w formę dialogu *De oratore*. Rozmowa, w której biorą udział wybitni nobiles rzymscy, m.in. nauczyciele Cyncerona, L. Krassus i M. Antoniusz, toczy się na wzór Platónskiego *Fajdrosa* i dotyczy sporu o charakter wychowania: czy ma ono dawać prymat retoryce, czy filozofii. Zdaniem Cyncerona doskonały mówca, oprócz opanowania zasad retorycznych i zaznajomienia się ze sprawami państwowymi i sądowymi, powinien osiąść gruntowne wykształcenie filozoficzne. Do pism retorycznych Cyncerona, przedstawiających historię wymowy rzymskiej oraz rady poprawnego przemawiania, należą: *Brutus*, *O najlepszym rodzaju mówcy* (*De optimo genere oratorum*), *Kategorie retoryczne* (*Libri rhetorici*), *Topica*.

Do końca XVI wieku przypisywano Cynceronowi autorstwo pierwszego zachowanego podręcznika retoryki: *Rhetorica ad Herennium* (*Retoryka do Herenniusza*), napisanego po łacinie między 86 a 82 r. p.n.e. na zamówienie adresata, niejakiego Herenniusza. Większość badaczy uważa, iż źródłem podręcznika są notatki szkolne sporządzone przez nieznanego autora z wykładów wygłoszonych przez rzymskiego nauczyciela retoryki, prawdopodobnie Plocjusza Gallusa. Inni natomiast uczeni twierdzą, że podręcznik ten wprawdzie stanowi kompilację, ale kompilację krytyczną i samodzielną. *Rhetorica ad Herennium* jest przykładem podręcznika, którego nadrzędnym celem miało być *docere*. Autor w sposób zwięzły i przejrzysty, a zarazem całościowy ujmuje ówczesny system retoryczny. Przedstawia teorię retoryczną w taki sposób, by jej zapamiętanie i zastosowanie okazało się niezwykle łatwe (Brud 2001). Dlatego też ludzie średniowiecza, renesansu i baroku chętnie sięgali po ten zwięzły wykład *totius artis*. Autor tego wykładu nie łączy jednak retoryki z *etosem* mówcy. Przejawiając rzymskie zamiłowanie do praktyczności i użyteczności, w sposób praktyczny traktuje sferę słowa. Uważa bowiem, że najważniejsza jest praktyka. Autor *Ad Herennium* zainteresowany jest jedynie pożytkiem płynącym z posługiwania się mową (*commoditas orationis*) oraz środkami potrzebnymi do przemawiania (*copia dicendi*). Zupełnie odmienny stosunek do wymowy reprezentował Cynceron.

Traktował retorykę jako nauczycielkę mówienia odpowiedzialną za słowo, która towarzyszyła w kierowaniu sprawami politycznymi. Choć oratorstwo na przełomie Republiki i Pryncypatu nie było środkiem przesądającym o karierach politycznych rzymskiej elity władzy, jednak, podobnie jak w okresach wcześniejszych, odgrywało ważną rolę w kreowaniu politycznych programów i pozyskiwaniu stronników (Aleksandrowicz 1996: 102).

Dominacja sztuki wymowy w życiu publicznym nie trwała jednak długo. Wprowadzenie Pryncypatu zmieniło radykalnie postać rzeczy. Wymieniano różne przyczyny upadku znaczenia retoryki rzymskiej okresu Cesarstwa. Jedną z najważniejszych było postępujące zepsucie w sferze moralnej i obyczajowej (Norden 1918: 245). Oratorstwo polityczne w czasach Pryncypatu Augusta i jego następców musiało zamilknąć. Jak zauważył E.R. Curtius: „Załamaniem się ustroju Republiki oraz wszystkie tego skutki dotknęły wymowę rzymską w sposób podobny do tego, w jaki dominacja macedońska (a później rzymska) oddziaływała na wymowę Grecji” (Curtius 1997: 72).

Retoryka znalazła schronienie w szkole i tam, w szkolnych ćwiczeniach (*declamationes*), przedłużyła swe istnienie. Szkolne *declamationes* doprowadziły do upowszechnienia zwyczaju recytacji. Recytowano mowy w wąskich kołach znawców albo nawet dla jednej osoby, najczęściej patrona. Mowy te przygotowywano w sposób staranny. Pliniusz Młodszy (62–113 n.e.), który uchodził za znakomitego mówcę, w jednym ze swych listów opisuje sposób przygotowania takiej deklamacji. W liście do Cecyliusza Celera mówi o celu recytowania: „Każdy ma własny powód recytowania, ja – jak to już często mówiłem – aby mnie poprawiano, jeśli coś umknęło mojej uwadze, a pewnie zawsze coś się znajdzie” (Pliniusz 1965 [7,17]). Pliniusz, będąc perfekcjonistą, najpierw sam badał tekst, następnie czytał go dwu lub trzem osobom, potem z kolei kazał innym nanieść poprawki, i wreszcie po naniesieniu poprawek, czytał go przed większym gronem osób. Za najlepszego korektora uważał strach przed publicznością. Porównywał go nawet ze stylem. Trzeba jednak zaznaczyć, że w czasach Pliniusza Młodszego mówiono nawet o istniejącej pladze deklamatorów, którzy nie byli w stanie zgromadzić odpowiedniej ilości słuchaczy, chcących ich wysłuchać.

Deklamacje poruszały różnorodną tematykę. Fronton (100–166 r. n.e.), wychowawca dwóch przyszłych cesarzy, Marka Aureliusza i Lucjusza Werrusa, jest autorem traktatów retorycznych O wymowie (*De eloquentia*) i O mowach (*De orationibus*), w których usiłuje przekonać o wyższości wymowy nad filozofią. Napisał również w formie listów żartobliwe ćwiczenia retoryczne Pochwała dymu i kurzu (*Laudes fumi et pulveris*) oraz Pochwała niedbalstwa (*Laudes neglegentiae*). Jakkolwiek Pochwała dymu i kurzu oraz Pochwała niedbalstwa to poniekąd sztandarowe dla epoki upadku retoryki tematy deklamacji, Fronton – nazywany przez średniowiecznych autorów orator insignis (*Testimonia et fragmenta* 1988: 143) – miał poczucie umiaru w retoryce, a także nie lekceważył kwestii moralnych w oratorstwie.

Innym schronieniem dla retoryki rzymskiej w okresie Cesarstwa była poezja. Stało się to za sprawą Owidiusza (43 r. p.n.e.–18 r. n.e.), któremu nie wystarczył fakt, iż uważano jego poezję za dowcipną i czarującą. Aby sięgnąć doskonałości, w sposób umiejętny tak zabarwił swe dzieła środkami retorycznymi, by uczynić z nich iście zakazany owoc, któremu nie sposób było się oprzeć. Owidiusz określił stosunek swojej poezji do retoryki w liście do nauczyciela retoryki Salanusa. Dzięki retoryce poeci augustowscy umiejętnie formułowali swe myśli w lapidarnych wyrażeniach (Curtius 1997: 72).

W ostatnich latach pierwszego stulecia Cesarstwa, około 95 roku, Kwintyliian (ur. ok. 35 r. n.e.), opierając się na swym wieloletnim doświadczeniu nauczyciela retoryki, w sposób najbardziej wszechstronny i wpływowy przedstawił problematykę retoryczną w dziele *Kształcenie mówcy* (*Institutio oratoria*). Autor „jednego z najwspanialszych traktatów, jakie starożytność rzymska nam pozostawiła” podjął się próby odnowienia retoryki skażonej powszechnym zepsuciem. Według Kwintyliiana tylko człowiek idealny może być oratorem. Obrazem człowieka idealnego jest osoba nie tylko obeznana z zasadami retoryki i biegle posługująca się nimi podczas wystąpień publicznych, ale przede wszystkim osoba żyjąca cnotliwie. Umiarkowanie (*moderatio*), dobre i życzliwe nastawienie do świata (*benevolentia*) oraz pełnia człowieczeństwa (*humanitas*) to cnoty, które cechują idealnego mówcę. Etyczną formację, która ma być gwarantem prawości oratora, trzeba rozpocząć od lat najmłodszych, właściwie „od kolebki”, i kontynuować poprzez lata dzieciństwa, lata

szkolne i studia wyższe. J. Burkhardt nazwał ten idealny program „harmonijnym wykończeniem życia umysłowego” (Curtius 1997: 451).

W proemium do dwunastej księgi *Institutio oratoria* Kwintyliana zaznacza, że moralność oratora jest kwestią najwyższej wagi. Z tego powodu omówienie postawy etycznej mówcy w *Institutio oratoria*, uważa za najważniejszą część dzieła: „*ventum est ad partem operis destinati (scil. institutionis oratoriae) longe gravissimam*” (Quintilianus 1907 [XII proemium]). Otóż „jedynym miernikiem rzetelności mówcy jest jego etos, sumienie obywatelskie. Retoryka jest więc logiką etyki, a retor jest apologetą etyki ogólnoludzkiej, rzecznikiem powszechnie uznawanych i niezmiennych idei dobra jako wartości bezwzględnych” (Korolko 1990: 35). Te słowa w skrócie wyjaśniają charakter retoryki w rozumieniu Kwintyliana.

Głównie księga dwunasta *Institutio oratoria* omawia problemy związane z etycznym aspektem mówcy. W pierwszym rozdziale tej księgi, zatytułowanym „*Non posse oratorem esse nisi virum bonum*” („Nie można być mówcą, jeśli się nie jest dobrym człowiekiem”), przytacza Kwintyliana definicję Katona Cenzora: „*Orator est vir bonus dicendi peritus*” („Mówcą jest człowiek dobry i doświadczony w sprawach przemawiania”) (Quintilianus 1907: 416 [12,1,1]). Człowiek zły bowiem co innego mówi i co innego myśli: „*vir autem malus aliud dicat necesse est quam sentit*” (Quintilianus 1907: 431 [12,1,29]). Mowa uczciwego, jeśli nawet pozbawiona jest powabów, to jednak wystarczająco ozdobiona jest sama w sobie nie czymś należącym do wymowy, lecz tym, co cnotliwe. Kwintyliana, wymagając od retora, aby mówił to, co myśli, nawiązuje do kwestii zgodności postawy mówcy z jego życiem – „*aequabilitas universae vitae*”. Bardzo często renesansowi humaniści odwoływali się do drugiego rozdziału dwunastej księgi, zatytułowanego „*Cognoscenda oratori quibus mores formantur*” („Mówca musi poznać wiedzę kształtującą charakter”), w którym Kwintyliana dochodzi do przekonania, że mówca jest człowiekiem prawym, a zatem nie może być rozumiany bez pojęcia *virtus*: „*quando igitur orator est vir bonus, is autem citra virtutem intelligi non potest*” (Quintilianus 1907 [12,2,1]). Jest rzeczą niemożliwą znalezienie w języku polskim słowa, które by oddawało w pełni pojęcie *virtus* (cnota) [5]. Owa *virtus* jest konieczna mówcy do osiągnięcia doskonałości. Chociaż bierze ona pewne impulsy od samej natury, jednak

nabywa się ją poprzez studium, czyli wszechstronną formację intelektualną. Pozytywne cechy charakteru – mores – kształtowane mogą być przede wszystkim na drodze przyswajania wiedzy oraz wychowywania w tym wszystkim, co sprawiedliwe i szlachetne, gdyż bez tego nikt nie będzie ani człowiekiem prawym, ani elokwentnym (Quintilianus 1907 [12,2,1]), a tym samym nie będzie przygotowany do życia obywatelskiego. A więc według Kwintyliana warunkiem podstawowym i koniecznym dla osiągnięcia doskonałości w sztuce wymowy, a tym samym w życiu obywatelskim, była *virtus* i *disciplina*.

Oprócz Kwintyliana i inni uważali za sprawę nadrzędną poprawę wymowy i stylu. Do nich należał Seneka Starszy (55 r. p.n.e.–40 r. n.e.), autor dzieła *Wypowiedzi mówców i retorów*, analiza spraw, środki artystyczne (*Oratorum et rhetorum sententiae, divisiones, colores*), który przekazał nam wiele informacji na temat retoryki wczesnego okresu Cesarstwa. Również uczniowie Kwintyliana domagali się uzdrowienia retoryki: Tacyt (55 r. n.e.–120 r. n.e.) oraz Pliniusz Młodszy. Jednak ich wystąpienia dotyczyły w głównej mierze wybujałej i zepsutej stylistyki, zatem tylko sfery *elocutio*. *Institutio oratoria* Kwintyliana jest dziełem, które ujmowało sprawę zepsutej wymowy szerzej, odwołując się do najgłębszych przyczyn zaistniałej sytuacji, do wychowania i do etyki w retoryce. Nic więc dziwnego, że Marcjalis (43 r. n.e.–103 r. n.e.) nazywa Kwintyliana „najzacniejszym przewodnikiem zbłąkanej młodzieży i chwałą rzymskiej togi” (Martialis 1930: 81; Marcjalis 1971 [2,90]). Autor *Institutio oratoria* bronił nierozzerwalności filozofii i retoryki, gdyż nie dostrzegał żadnego konfliktu pomiędzy tymi dziedzinami. Akcentując znaczenie etyki dla sztuki wymowy, powołuje się na osobę Cyncerona, który więcej zawdzięczał okresowi spędzonemu w Akademii niż w szkołach retorów (Quintilianus 1907 [12,2,23]).

* * *

Retoryce i oratorstwu przypadła główna rola w różnych dziedzinach działalności ludzkiej, m.in. w sztuce literackiej. Aby zrozumieć literaturę europejską trzeba uświadomić sobie, iż azjanizm jest pierwszą postacią europejskiego manieryzmu, a attycyzm zaś, europejskiego klasycyzmu. W II w. n.e. retoryka przyczyniła się także do odrodzenia greckich

ideałów, które kultywowano również na Zachodzie aż do połowy IV wieku (Curtius 1997: 74). Sztuka wymowy, będąc przedstawicielką starych, greckich wartości umysłowych, sprawiła, że Rzym po raz drugi uległ w sensie intelektualnym Grecji. Zmiany, jakie zachodziły w teorii i praktyce wychowawczej oraz odrodzenie poglądów estetycznych i filozoficznych, wywodzących się z tradycji sofistycznych, w dużym stopniu przyczyniły się do powstania ruchu określanego jako nowa bądź druga sofistyka. Termin ten pojawił się po raz pierwszy w Żywotach sofistów Filostratos, który sam był przedstawicielem drugiej sofistyki. Inni jej przedstawiciele to przede wszystkim: Dion z Prusy, Herod Attyk, Eliusz Arystydes, Maximus z Tyru oraz Lukian z Samosaty. Ten ostatni napisał traktat o historiografii, który jest raczej dziełem z zakresu krytyki literackiej niż ściśle teorii.

Również rodząca się tradycja chrześcijańska oraz istniejąca od dawna tradycja judaistyczna, a także tradycja kultur orientalnych, wpłynęły na zmiany teorii retorycznej. Równoległe z tradycją retorów, związanych z drugą sofistyką, rodzi się i rozwija literatura patrystyczna, dla której źródłem jest bądź tradycja rzymska (św. Augustyn), bądź grecka (Orygenes). Antyczna tradycja sztuki wymowy powoli stawała się przeszłością, a proponowane przez nią wzorce traktowano w różnorodny sposób. Autorzy chrześcijańscy, przyjmując dziedzictwo klasyczne, nie interesowali się tak bardzo aspektem teoretycznym retoryki, do której w dużej mierze sprowadzała się antyczna kultura literacka. Byli oni raczej pragmatykami: żyli tym, czego się nauczyli. Ulegali wpływom tradycji antycznej, której ideały literackie zmieniały ich postawę i styl myślenia (Weissenberger 2001: 958–987). Zaś zgłębianie Biblii polegało na komentowaniu tekstów, na ich wyjaśnianiu w oparciu o pewne zasady, stosowane w gramatyce i retoryce. Ideał orator sapiens Cycerona nie został przyjęty przez autorów chrześcijańskich w sposób bezkrytyczny. Odróżniano go od ideału egzegety, to znaczy od wierzącego, który dopatruje się prawdziwej filozofii w rozumieniu słowa Bożego. Ideał ten mieści jednak w sobie także aspekty literackie. Świadczą o tym Bazyl, Grzegorz z Nazjanzu, Ambroży i Augustyn (Studer 2003: 355–395). Znaczącym zjawiskiem w późnej starożytności jest to, że nadal w podstawowym nauczaniu przeważała retoryka, a sama twórczość literacka podporządkowana została jej zasadom. Zasady retoryki

stosowano nie tylko do logos, przemówienia w znaczeniu ścisłym, to znaczy do przemówienia epideiktycznego (krasomówczego), ale również do innych rodzajów prozatorskich, do korespondencji, historiografii, traktatów naukowych, a także do poezji (Fuhrmann 1960: 9).

Mówiąc o retoryce i oratorstwie w starożytności, należy podkreślić, iż ma ona długą i bogatą, z powodu zmienności form, historię. Wiele spraw i kwestii dotyczących jej zagadnień nie sposób byłoby przyjąć przez aklamację. Jeżeli czytelnik, zapoznając się z powyższym, krótkim zarysem, pobudził swoją ciekawość, zadając sobie niejednokrotnie pytanie – dlaczego? – i choć przez chwilę pojawił się w nim zamiar znalezienia odpowiedzi na nurtujące go wątpliwości w oparciu o głębsze studium tematyczne, myślę, że założenie, jakie przyświecało autorce niniejszego rozdziału, zostało osiągnięte.

Monika Bogdanowska

Topika

Wstępne rozróżnienia

Topika jest przedstawiana w dwojaki sposób. Jedni badacze określają tym mianem zbiór toposów, inni naukę o toposach. W obu przypadkach rozumienie pojęcia „topika” wymaga zatem prezentacji nazwy i objaśnienia pojęcia składowego – mówiąc krótko – odpowiedzi na pytanie, czym jest topos.

Termin topos pochodzi z języka greckiego, w którym wyrażenie topos koinos (łaciński odpowiednik to locus communis) było stosowane dla określenia „miejsca”, z którego można czerpać dowody wykorzystywane w konstrukcji wywodu – w dyskusji bądź w przemówieniu. Przy czym trzeba podkreślić, że słowo topos pojawiało się zarówno jako oznaczenie zwykłego miejsca w przestrzeni, jak i miejsca w myśli, miejsca w książce – ustępu, rozdziału, części – czy miejsca w mowie, np. głównego jej punktu. Dlatego nie zawsze, gdy w greckich pismach pojawia się słowo „topos”, mowa o toposie w sensie retorycznym (Ziomek 1990: 289–290, Emrich 1977: 261)

Druga część frazy – przymiotnik koinos (wspólne), odnosi się do komunikacyjnego aspektu pojęcia. Wskazuje na istnienie wspólnoty mówców i słuchaczy lub pisarzy i czytelników – wspólnoty, która uznaje pewne sądy i wartości za prawdziwe. Dlatego też toposu nie trzeba udowadniać. Został on przyjęty przez wspólnotę, w obrębie której funkcjonuje. Można mówić w tym wypadku o tzw. zgodzie powszechnej (consensus omnium). Wyrażenie czy obraz może stać się toposem tylko wtedy, gdy zostało zaakceptowane przez jakąś wspólnotę (Arystoteles 1978: [100b]).

Czym jest topos?

„Formą myślenia”, „instrumentem rozumienia tekstu”, „modelem przedstawieniowym”, „stałym środkiem wysłowienia”, „konstantą wyrazu”, „wzorem myśli”, „półgotową formą językową”, „skamieliną”,

„kalką stylistyczną”, „komunałem”? Wszystkie te określenia – czasem bardzo odległe znaczeniowo – były wykorzystywane przez teoretyków, filozofów, retoryków i pisarzy dla objaśnienia fenomenu toposu (zob. Ziomek 1990, Korolko 1998, Cichocka, Lichański 1995, Curtius 1997, Lausberg 2002, Abramowska 1982). Jednak aby precyzyjnie odpowiedzieć na pytanie, czym jest topos, jakie są jego cechy swoiste i jakie funkcje on spełnia, trzeba spojrzeć nań z perspektywy historycznej. Określić – choćby w przybliżeniu – kiedy powstało pojęcie toposu i jak przebiegał rozwój jego znaczenia.

Perspektywa historyczna

Termin topos koinos po raz pierwszy pojawił się w pismach sofistów na oznaczenie komunałów i klisz językowych, które wykorzystywane były jako gotowe dowody. Toposy zaliczane były wówczas do mnemotechniki, sofisci bowiem uczyli się całych dowodów na pamięć (Emrich 1977: 247).

Mimo niepodważalnego pierwszeństwa sofistów największe znaczenie dla rozwoju teorii toposów miały pisma Arystotelesa.

Sposób rozumienia pojęcia toposu u Stagiryty ewoluował – od pierwszej odsłony w Topikach przez Analityki pierwsze po kluczową Retorykę. Sposób rozumienia właśnie, a nie definiowania, bo, mimo że Arystoteles cały czas rozważa w Topikach kwestie „miejsc wspólnych”, to ani razu nie określa tam, czym one są. Zupełnie jakby – i to sugerują badacze – pojęcie toposu było czymś powszechnie znanym, a przez to oczywistym.

Topiki poświęcone zostały dialektyce, czyli sztuce prowadzenia dyskusji. Wedle Arystotelesa sztuka ta polegała na umiejętności wyprowadzania prawdopodobnych wniosków. Traktat ten miał więc przede wszystkim dostarczyć dialektykom narzędzi i środków do prowadzenia sporów – jego naczelne pojęcie stanowił sylogizm. Arystoteles tak je objaśniał:

Otóż sylogizm jest to wypowiedź, w której, gdy się coś założy, coś innego, niż się założyło, musi wynikać dlatego, że się założyło. Jest „dowodem” [apodeiksis], gdy przesłanki sylogizmu są prawdziwe

i pierwsze albo przynajmniej takie, że ich znajomość wywodzi się z przesłanek prawdziwych i pierwszych. (Arystoteles 1978: [100b])

Wyróżniał też następujące odmiany sylogizmu:

Sylogizm jest natomiast „dialektyczny”, gdy się opiera na przesłankach zgodnych z opinią powszechną [eks endokson]. [...]

Natomiast sylogizm jest „erystyczny”, jeżeli opiera się na sądach, które uchodzą za powszechnie uznawane, ale w rzeczywistości nie są takie, albo jeżeli się wydaje, że się opiera na takich sądach, które są bądź powszechnie uznawane, bądź uchodzą za takie. [100b]

Toposy były w tym ujęciu czymś, co gwarantuje skuteczną argumentację, „narzędziem służącym do wytwarzania przesłanek”. Przy czym przesłanka dialektyczna była formą pytania o to, co jest zgodne z opinią powszechną. Dialektyk zawczasu wiedział, jaki wniosek chce udowodnić, poszukiwał jedynie przesłanek, które umożliwiłyby takie, a nie inne wynikanie. Szczególnie ważne było, aby dla każdego wniosku znaleźć różnego rodzaju przesłanki. Dzięki temu dyskusja mogła toczyć się bez przeszkód, a proces dialektyczny miał zapewnioną ciągłość.

A oto przykłady sylogizmów – najpierw teza, którą należy udowodnić:

Cnota jest jedynym dobrem, albowiem tylko to jest dobre, czego nikt nie może użyć jako zła. Nikt nie może cnoty użyć jako zła, a więc cnota jest dobrem.

Bogactwo nie jest dobrem, nie jest bowiem dobrem to, czego można użyć w zły sposób. Ktoś może użyć bogactwa w złym celu, a więc bogactwo nie jest dobrem. (cyt. za: Lausberg 2002: 218)

Tłumacząc, czym są toposy, Arystoteles opisuje także ich praktyczne zastosowania – podkreśla, że te najogólniejsze są najbardziej skuteczne. Daje również wskazówki co do wykonywania ćwiczeń dialektycznych, przekonując, iż zawsze powinno się rozważać zarówno argumentację pro, jak i contra, aby uniknąć w ten sposób sytuacji, w której przeciwnik miałby przewagę.

Następne dzieło Arystotelesa, w którym pojęcie toposu odgrywa znaczącą rolę, to Retoryka. Stagiryta nie neguje tam tego, co wcześniej napisał o toposach, przeciwnie – można obserwować wyraźną kontynuację teorii. Postępowanie to staje się jasne, gdy przypomnimy, że retorykę pojmował on jako rozgałęzienie „dialektyki i etyki”.

Retoryka, jest antystrofą dialektyki. Obie przecież dotyczą tego rodzaju spraw, które do pewnego stopnia znane są wszystkim ludziom i nie stanowią przedmiotu żadnej określonej 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. (Arystoteles 1988: [1354 a])

W obu dziedzinach – zarówno w dialektyce, jak i w retoryce – topos stanowi konstytuante wyvodu. Z tym, że w retoryce analogiczne miejsce do sylogizmu w dialektyce zajmuje entymemat.

Retoryczny dowód jest entymemem, który – można powiedzieć – stanowi najwyższą formę uwierzytelniania. Skoro Entymem jest rodzajem sylogizmu, a każdy sylogizm jest przedmiotem rozważań dialektyki czy jako całości, czy jakiejś jej części, to jasne, że ten, kto doskonale potrafi poznać przesłanki i działanie sylogizmu, będzie równie uzdolniony do posługiwania się entymemem, pod warunkiem, że rozumie do jakich przedmiotów stosuje się entymem i czym różni się od sylogizmu logicznego. Odkrywanie prawdy i prawdopodobieństwa jest przecież wyrazem tych samych uzdolnień. [1335a]

Podobne rozumienie tych dwóch pojęć przedstawił Kwintylijan:

Entymemat nie różni się zatem niczym od sylogizmu, chyba że tym, iż sylogizm może istnieć w wielu rodzajach i łączy jedne rzeczy prawdziwe z innymi prawdziwymi, entymemat zaś częściej używany jest względem rzeczy wiarygodnych. (cyt. za: Lausberg 2002: 218)

Rozważania dotyczące bogactwa, przedstawione powyżej w formie sylogizmu, jako entymemat ujęto by tak:

Czy dobrem jest bogactwo, które ktoś może użyć w złym celu? (cyt. za: Lausberg 2002: 218)

W Retoryce Arystoteles po raz pierwszy przedstawił bliższe definicji określenie pojęcia toposu. Jest to – wedle Stagiryty – „element entymematu”. W konsekwencji tej dość lakonicznej wypowiedzi zakres znaczeniowy pojęcia uległ rozszerzeniu. Wydawać by się mogło, że niemal wszystko można podstawić pod termin „topos”. Jednak Arystoteles nie zostawia czytelnika w zawieszeniu, bez szczegółowych wskazówek. Dopełnieniem tej definicji są bowiem precyzyjne podziały i opisy poszczególnych grup toposów, jakie filozof zawarł w VII i XI księdze Retoryki (szerzej na ten temat piszę w podrozdziale „Klasyfikacje”).

Choć Arystotelesowska koncepcja toposów wywarła chyba największy wpływ na współczesne badania, to jednak nie sposób nie pamiętać o tak ważnych dla rozwoju teorii retorycznej dziełach pisarzy łacińskich.

Rozważania dotyczące zagadnień związanych z topiką zawierają między innymi traktaty Cyserona *De oratore* i *De inventio*, Boecjusza *De differentis topicis*, Porfirusza Izagoga, przywoływanego już Kwintyliana *Kształcenie mówcy* oraz dzieło anonimowego autora (przypisywane Cyseronowi) *Rhetorica ad Herennium*.

W pismach Cyserona punkt ważności przeniesiony został od dialektyki ku retoryce. Topika według niego stanowi metodę wynajdywania dowodów. Mowa jest konstruowana z toposów, tak jak słowa powstają ze złożenia liter. Toposy są „siedzibami”, z których wydobywa się argumenty. W ten sposób pojęcie *locus communis*, „ewoluuje stopniowo od schematu argumentacyjnego ku samemu argumentowi” (cyt. za: Emrich 1977: 250).

Kwintylian opisywał toposy jako

siedziby argumentów, w których argumenty te się kryją i z których winny być wydobywane (cyt. za: Lausberg 2002: 219).

Mimo że zarówno w pismach Kwintyliana, jak i Cyserona termin *loci communes* rozumiany jest jako „siedziba argumentów”, to jednak w sposobach ujęć prezentowanych przez tych badaczy dają się zauważyć wyraźne różnice. Cyseron traktował toposy jako teorię logiczną,

a Kwintyliana przedstawiał jako aspekt postrzegania przedmiotów. Według niego *loci communes* to

ogólne ujmowane problemy będąc wspólnym materiałem dla mów w rozmaitych sprawach (Kwintyliana 1951: [ks. 10, 5,12]).

Dla innego rzymskiego filozofa Boecjusza *locus communis* stanowi całość dowodu i dopiero dzięki analizie tej całości mówca wie, gdzie szukać argumentów. Boecjusz wyróżniał *loci* dialektyczne i retoryczne. Zgodnie z jego doktryną

dialektyk wyprowadza swoje argumenty z natury pojęcia gatunkowego, wychodzi więc od podobieństwa lub przeciwieństwa jako takiego; natomiast mówca trzyma się treści danej o pojęciu i argumentuje z pozycji tego, co jest dane jako podobne lub sprzeczne (Emrich 1977: 250).

Dzieła renesansu i baroku uznać można w większości za kontynuację greckiej i rzymskiej myśli o *toposach*. Utrzymana została koncepcja *loci communes*, jednak pierwotnie pojmowane jako tworzywo inwencyjne, coraz częściej bywają wykorzystywane w funkcji ozdobnika. Doszło także – co zwraca szczególną uwagę – do zwielokrotnienia wyróżnianych rodzajów i odmian *loci*. Pojawiały się nowe, synonimiczne względem najwcześniejszych nazw, określenia. Pisano o kryjówkach, argumentach, o „lasach i gęstwinach, gdzie należy ich szukać, o polowaniach na argumenty, a nawet o gołębnikach, z których one wylatują” (Sarnowska-Temeriusz 1998: 501–505). W tym czasie również powstają liczne zbiory i kompendia, mające służyć jako pomoc przy układaniu przemówień. Najbardziej znaczące dzieła tamtych czasów poświęcone zagadnieniom związanym z teorią *topiczną*, to *De arte rhetorica* Cypriana Soareza oraz *De eloquentia sacra et humana libri XVI* Mikołaja Caussinusa. Podsumowując, w XVII wieku *topika* stanowi zarówno źródło dowodów, jak też magazyn

formuł wysławiania się stosownych do odpowiednich tematów, określonej wypowiedzi oratorskiej, poszczególnych części retoryki (Ulčinaite 1984: 58).

Wśród polskich pism ważny dla rozwoju koncepcji toposu okazał się traktat Macieja Kazimierza Sarbiewskiego *De acuto et arguto*, w którym autor przedstawił teorię akuminów – ostrych, dowcipnych wyrażen. Źródeł akuminów upatrywano zarówno w zasobach topiki dialektycznej, jak i retorycznej, ich budowę opierano na dwuznaczności wyrazów, anominacji, przeciwstawieniu, przeciwieństwie, niezgodności, podobieństwie lub niepodobieństwie, antytezie czy hiperboli. Z punktu widzenia wiedzy o literaturze akuminy stanowiły formę rozwojową konceptu – jednego z najważniejszych pojęć estetyki barokowej. W ten sposób dialektyczna i retoryczna kategoria toposu zaczęła funkcjonować w obrębie teorii poezji. O toposach pisali w tamtym okresie między innymi Antonio Sebastiano Minturno i Matteo Pellegrini. (Ulčinaitė 1984: 60–63).

Literatura wieków średnich odżyła w czasach najnowszych za sprawą wydanego w pierwszej połowie XX wieku monumentalnego dzieła R.E. Curtiusa *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*. Wtedy też zaczęła się nowoczesna ekspansja teorii topicznej.

Curtius podjął w swojej książce próbę przedstawienia rozwoju historycznego, jakiemu podlegały toposy. Według niego źródeł współczesnej topiki literackiej należy szukać nie tylko w retoryce, ale także w poezji. O źródle tego rodzaju możemy mówić – przekonuje Curtius – gdy mamy do czynienia z toposami, które pojawiły się w końcowych fazach starożytności i na początku wieków średnich. Taki charakter mają między innymi toposy „dziewczęcej staruszki”, „młodzieńczego starca” czy „inwokacji do natury” (Curtius 1997: 86–114).

Badając historię i pochodzenie toposów, Curtius zwrócił uwagę na jeszcze jedno. Otóż można przedstawić wiele przykładów toposów, które funkcjonowały zarówno w tekstach literatury starożytnej Grecji, jak i w opowieściach etruskich oraz przekazach islamu. W jaki sposób ten sam topos mógł pojawić się niezależnie w tak różnych miejscach? Curtius tłumaczy to archetypiczną naturą toposów. Uważa, że niektóre z nich stanowią wyobrażenie należące do zbiorowej nieświadomości i są – zgodnie z tym, jak to opisał C.C. Jung – archetypami. W tym rozumieniu toposy byłyby projekcją nieświadomości.

Wprowadzenie psychologii głębi w obręb badań filologicznych nie obyło się bez konsekwencji. Część badaczy przyjęła ten punkt widzenia, w skrajnych jednak przypadkach doprowadziło to do zatarcia granic między pojęciami. Natomiast utworzone przez Curtiusa pojęcie toposu poetyckiego zostało zaakceptowane, a jego koncepcja podjęta w wielu późniejszych pracach.

Na szczególną uwagę zasługuje także zwiększenie zakresu pojęcia toposu, jakie przeprowadził niemiecki filolog. Odtąd topos miał być nie tylko częścią tekstu czy fragmentem wywodu, ale też narzędziem służącym do opisu i interpretacji tekstu.

Podstawy dla XX-wiecznej nauki o toposach przedstawione w dziele Curtiusa okazały się nie tylko solidne – jego koncepcja na stałe weszła do kanonu myśli humanistycznej – ale też i bardzo produktywne.

Uczeń Curtiusa Heinrich Lausberg przygotował pracę zatytułowaną *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*. W tym wielkim kompendium skupił się przede wszystkim na analizie powiązań poetyki, retoryki i filozofii ze szczególnym uwzględnieniem systematyzacji toposów i figur retorycznych. Jego książka do dziś pozostaje jednym z najważniejszych tekstów nauki o literaturze; jest zarazem podręcznikiem, katalogiem środków oratorskich i wnikliwą interpretacją fenomenu jakim jest retoryka.

Z czasem topika literacka zaczęła obejmować nie tylko wynalezioną przez Curtiusa topikę poetycką, ale także jej powieściową odmianę. Jednak w polskiej literaturze przedmiotu można obserwować dominację przede wszystkim tej pierwszej. Ważne i wciąż aktualne są rozważania pomieszczone w książkach Ryszarda Przybylskiego (1966), Jarosława Marka Rymkiewicza (1968), Elżbiety Sarnowskiej-Temierusz (1974) i Janiny Abramowskiej (1995).

Ryszard Przybylski przekonywał, że

dopiero wiekowa funkcja społeczna czyni ze znaków literackich toposy i zapewnia im przez to trwałe miejsce w tradycji. Dlatego nie każdy mit, nie każdy motyw, nie każda alegoria, nie każdy obraz stał się toposem (Przybylski 1966: 7–8).

Odmienne stanowisko zajęła Janina Abramowska. Według niej topika, rozumiana jako zbiór toposów, pojawiła się w poezji w wyniku zretoryzowania literatury. Dlatego też topos poetycki pełni podobne funkcje do swego retorycznego odpowiednika. Nacechowany pod względem aksjologicznym stanowi argument kreujący wspólnotę, która akceptuje bądź odrzuca te same wartości.

Tak jak w retoryce topos, zasadniczo przyporządkowany płaszczyźnie inventio, nie mógł być rozpatrywany bez powiązania z problematyką dyspozycyjną i elokucyjną, tak i w poezji pozostaje on sposobem wysłowienia. Jest rezultatem petryfikacji tradycyjnego motywu, który zostaje trwale powiązany z pewnym znaczeniem, zastosowaniem oraz z rozpoznawalną „półgotową” formą językową. (Abramowska 1982: 11–12)

Ta „półgotowość” toposu widoczna jest zwłaszcza w jego wariantowej naturze. Niezmienna bowiem pozostaje zawsze tylko struktura semantyczno-logiczna toposu, natomiast inne elementy mogą ulegać zmianom. I tak znany topos „przekuwać miecze na lemiesz” można przekształcić, zamieniając „miecze” na „szable” lub „granaty”, a „lemiesz” na „sierpy” czy „pługi” (Abramowska 1982: 16–17).

Podobnie jak w retoryce topos w poezji może być wykorzystany w przeciwnych kierunkach przekonywania. Ta ambiwalencja perswazyjna szczególnie wyraźna jest w toposach opartych na antytezie. Przywoływany już topos „przekuwać miecze na lemiesz” stosowany był zarówno w utworach krytycznych:

Skowaliście ojcowskie granaty na pługi,
A z drugiego już dawno w kuchni rożen długi.
W przyłbicach kwoczki siedzą albo owies mierzą,
Kiedy obrok woźnice na noc koniom bierzą.

Jan Kochanowski Satyr

– jak i pochwalnych:

Jego tedy postęпки mądre uczyniły,
Jego wiara i cnota, że srodze były

Pruskie kraje strapione ustawicznym bojem,
Wrychle jęły się cieszyć pożądanym pokojem.
Miecze na niezrobione lemieszce skowano,
Szable na krzywe kosy i sierpy dano.

Jan Kochanowski Proporzec

Kolejną cechą poetyckiego toposu, na jaką zwraca uwagę Abramowska, jest jego autonomiczność. Topos, według niej, może mieścić się w zdaniu lub kilkuzdaniowym segmencie. Istotne przy tym jest, że zawsze można go wyodrębnić z całości utworu. W tekście poetyckim bowiem tak jak w retorycznym topos stanowi element konstrukcyjny – na różne sposoby można go dopasowywać do wywodu.

Topos w poezji jest zatem składnikiem tekstu, jednak zakres jego działania jest znacznie szerszy, stanowi on bowiem także element repertuaru. Ten podwójny status toposu wynika z jego przynależności do sfery konwencji. Topika jest – wedle Abramowskiej – jednym z podsystemów literackich, tak jak: wzorce gatunkowe, schematy fabularne i kompozycyjne, style, sposoby budowania wiersza i motywy.

Badania nad topiką powieściową rozwinęły się przede wszystkim we Francji i w Stanach Zjednoczonych. W latach osiemdziesiątych XX wieku powstało i działało we Francji stowarzyszenie SATOR. Głównym zadaniem, jakie wyznaczyli sobie filolodzy skupieni w tym stowarzyszeniu, było badanie toposów funkcjonujących w prozie fabularnej (Pawłowska 1999).

Wyniki badań SATOR początkowo wskazywały na konieczność oddzielania w opisach toposów powieściowych – form wypełnionych treścią, od toposów retorycznych – form „pustych”. Po latach analiz i interpretacji ustalono jednak, że nie sposób zapomnieć o retorycznych antecedencjach topiki i – co z tym związane – o argumentacyjnej funkcji toposów. Badacze SATOR przedstawili szczegółowy opis toposu, wymieniając główne elementy, jakie składają się na jego pojęcie. Elementy te opisać można jako sześć podstawowych cech swoistych toposu. Są to: narracyjność (topos stanowi „sekwencję narracyjną o płynnych granicach”), paradygmatyczność (topos może funkcjonować w tekście i poza nim jako spójna i autonomiczna całość), intertekstualność (tak oznaczony został wymóg wielokrotnego występowania toposu, które

zapewniałoby możliwość czytelniczej identyfikacji), funkcjonowanie w rzeczywistości pozatekstowej (o istnieniu toposu można mówić tylko, gdy mieści się on w kompetencji literackiej czytelników), argumentacyjność oraz kontekstualność (topos nie jest argumentem specyficznym, znaczenia nabiera bowiem dopiero po umieszczeniu go w danym kontekście) (Pawłowska 1999: 167).

Badacze topiki powieściowej zwracali też uwagę na konfiguracyjny charakter budowy toposów. Są one zbudowane z części znaczeniowych – toposemów. Toposemem może stać się dowolny element tematyczny lub stylistyczny, o ile posiada ładunek semantyczny i buduje narracyjność toposu (Pawłowska 1999: 157).

Klasyfikacje

Od początków swego istnienia topika podlegała najróżniejszym podziałom; określano liczne, czasem bardzo skomplikowane, kryteria klasyfikacji, wyodrębniano wiele typów „miejsc wspólnych”

Jeden z prostszych podziałów zaprezentował Arystoteles w Topikach. Dialektyczne toposy pogrupowane zostały tam według czterech zakresów. Stagiryta wyróżnia: toposy wynikające z akcydensu, toposy wynikające z gatunku, toposy wynikające z własności oraz toposy wynikające z definicji. W obrębie pierwszego zakresu pomieszczone zostały: rozważanie, zestawienie obiegowego rozumienia terminu z jego znaczeniem pierwotnym oraz porównanie tego, co mniejsze, z tym, co większe. Drugi zawiera toposy odnoszące się do sposobu, w jaki określany bywa gatunek – wskazują one odpowiednie i nieodpowiednie formy tego określania. Toposy wynikające z definicji pokazują, jak konstruować poprawną definicję i jak udowodniać fałsz tych, utworzonych błędnie.

W obrębie retoryki klasyfikację toposów umieszczano tradycyjnie w pierwszym jej dziale. Ów dział jak wiadomo jest związany z etapem postępowania oratorskiego określanym mianem inwencji. Toposy inwencyjne, inaczej nazywane dyspozycyjnymi, porządkowano zgodnie z podziałem na części sztuki, to znaczy określano toposy zależnie od tego, w jakiej części mowy mogły zostać wykorzystane. Wyróżniano zatem toposy exordialne (funkcjonujące we wstępie), toposy pojawiające

się w opowiadaniu, w trakcie dowodzenia, przydatne przy odpieraniu zarzutów oraz toposy występujące w zakończeniu (Korolko 1998: 64–71).

Dość obszerny katalog toposów exordialnych przedstawił R.E. Curtius. Wskazywał on, iż we wstępie może pojawić się: zapowiedź mówcy o tym, że przekaze coś nowego – „przynoszę coś, czego nikt jeszcze nie mówił”; dedykacja; wyznanie konieczności dzielenia się wiedzą; lub topos zawarty w formule „bezczywności należy unikać”.

Nieco inne odmiany toposów exordialnych wymienia Arbusow. Według niego wstęp to część mowy, w której mogą zostać wykorzystane: loci autorskiej skromności; przysłowie, sentencja lub przykład; causa scribendi (autor odpowiada wówczas, dlaczego pisze); formuła krótkości; captatio benevolentiae (zjednywanie przychylności); pochwała dzielności współczesnych; przywołanie autorytetu starożytnych, dedykacja; oburzenie na upadek obyczajów lub rozważania dotyczące sposobu rozpoczęcia mowy (cyt. za: Ziomek 1990: 298).

Do topiki finalnej Curtius zalicza toposy określane jako: „zakończenie spowodowane zmęczeniem”, „zakończenie z powodu nadejścia wieczoru”, „obawa przed znużeniem słuchacza” oraz „modlitwa”.

Inna systematyka toposów opiera się na podziale korpusu retoryki. Zgodnie z tym podziałem wyróżniano toposy, które mogą być przydatne na różnych etapach oratorskiego postępowania, inaczej mówiąc, na różnych etapach konstrukcji mowy, tzn. przy wynajdywaniu tematu i przedmiotu myśli; przy układaniu zebranego materiału; w wysłowieniu myśli; przy pamięciowym opanowaniu mowy oraz w trakcie jej wygłaszania. Dlatego oprócz wymienionych powyżej toposów inwencyjnych wskazywano na istnienie toposów kompozycyjnych, elokucyjnych, mnemotechnicznych i pronuncjacyjnych.

Niektórzy teoretycy, przyjmując podobne kryteria, prezentowali prostsze rozróżnienie, dzieląc toposy na należące do sfery pomysłu i przynależne sferze wysłowienia.

Bardzo rozbudowana klasyfikacja toposów związana jest z podziałem według stanu sprawy. Podział ten może obowiązywać we wszystkich trzech rodzajach retorycznych, odnosząc się albo do stanu sprawy sądowej, albo do przedmiotu narady, albo tematu pochwały lub nagany.

Złożony charakter klasyfikacji „według stanu sprawy” widoczny jest w wertykalnym kierunku rozwoju jej postępowania. (Klasyfikację toposów „według stanu sprawy” omawiam za Lausbergiem, który przytacza rozróżnienia dokonane przez Kwintyliana w *Institutio oratoria* (Lausberg 2002: 23–227)). Od stanu sprawy przechodzi się bowiem do podziału na rzeczy i osoby, a ten z kolei wywołuje następne rozróżnienia. Wśród toposów odnoszących się do osoby wskazywano na: „pochodzenie” – założenie o podobieństwie pomiędzy dziećmi a rodzicami czy dalszymi przodkami stanowi podstawę wnioskowania o tym, jakim ktoś jest człowiekiem; „narodowość” – topos oparty na przekonaniu o możliwości wskazania cech szczególnych dla każdego narodu – jak przekonuje Kwintylian

nie zachodzi to samo prawdopodobieństwo czynu w przypadku barbarzyńcy, Rzymianina i Greka;

– „ojczyzna” – wnioskowanie z różnic między zwyczajami, opiniami i prawami obowiązującymi w poszczególnych państwach; „płeć” –

bardziej prawdopodobne jest, iż rozbój popełnił mężczyzna, a trucizną posłużyła się kobieta;

– „wiek” – przekonanie o odpowiedniości między rodzajem czynu a wiekiem sprawcy; „wykształcenie” – topos akcentujący znaczenie przyjętych metod wychowawczych i osoby nauczyciela; „właściwości ciała” –

ponieważ piękno przytaczane jest często jako argument przy pożądaniu, natomiast siła jako argument przy zuchwałości, a ich przeciwieństwa stają się argumentem dla przeciwnych zachowań;

– „majątek” – stan posiadania jest przesłanką, która pozwala wnioskować o postępowaniu człowieka, Kwintylian dowodzi bowiem, że czegoś innego można spodziewać się po ubogim człowieku, a czegoś innego po bogatym, żyjącym szczęśliwie w otoczeniu rodziny i przyjaciół; „stan społeczno-prawny” – dziś powiedzielibyśmy, że jest to topos budowany na podstawie wyznaczników socjologicznych – Kwintylian ujmuje to tak:

Warunki, które są istotne, ponieważ stwarza ogromną różnicę, czy człowiek jest sławny czy nieznany, czy jest urzędnikiem czy też kimś prywatnym, ojcem czy synem, obywatelem czy cudzoziemcem, wolnym czy niewolnikiem, żonatym czy bezżennym, posiadającym dzieci czy bezdzietnym.

– „cechy charakteru” – wnioskowanie z naturalnych skłonności człowieka pozwala uwiarygodnić lub zanegować prawdopodobieństwo popełnienia przez niego czynu, o który jest podejrzewany; „zawód” – topos ten wynika z przekonania, że wykonywany zawód ma wpływ na postępowanie człowieka; „ambicje” – przesłanką może stać się również wiedza dotycząca aspiracji i zamierzeń; „życie przeszłe” – wnioskowanie o teraźniejszości na podstawie dotychczasowych dokonań i wypowiedzi; „imię” – Kwintyliian powiada:

Nazwy własne również traktuje się jako przymioty osób, lecz jako argumenty rzadko są stosowane [...] Częściej imię dostarcza materiału do kpin.

Natomiast toposy co do rzeczy dzielono na cztery grupy: „przed sprawą” (ante rem), „wewnątrz sprawy” (in re), „wokół sprawy” (circa rem) i „po sprawie” (post rem).

Na tym podziały tej klasyfikacji się nie kończą, gdyż w obrębie każdej z grup wyróżniane były podgrupy. Wśród toposów ante rem wyróżniano: odnoszące się do osoby, do rzeczy, do przyczyny, do czasu, miejsca, sposobu i do materii. Toposy in re dzielono na te wyprowadzone „z całości”, „z części”, „z rodzaju”, „z gatunku”, „z różnicy”, „ze specyfiki”, „z definicji”, „z nazwy”, „synonimiczności”, „z początku”, „postępu”, „doskonałości” i „z ukończenia”. Porządek, jakim objęto toposy „wokół sprawy”, zawierał toposy „z podobieństwa”, toposy „z różnicy”, „z równości”, „z przeciwieństwa”, „z rzeczy poprzedzającej”, „z większego do mniejszego”, „ze zderzenia poprzez posiadanie i utratę”, „z tego, co równoczesne, albo z tego, co bliskie, albo z tego, co jest czegoś wynikiem”. Toposy post rem organizowane były zgodnie z podziałem na odmiany „ze skutku” i „z orzeczenia sądowego”.

Inna systematyka budowana była na rozróżnieniu toposów wewnętrznych i zewnętrznych.

Wśród toposów wewnętrznych wskazywano: toposy wynikające z definicji, z rodzaju i gatunku, z wyliczenia, z pojęć rdzennych i pokrewnych, ze związków przyczynowych i skutkowych, z okoliczności, z poprzedników i następników, z porównania, z podobieństwa i z przeciwieństwa.

Definicja retoryczna – w odróżnieniu od logicznej – odznacza się tym, że w jej konstrukcji nacisk położony jest na perswazyjność wypowiedzi. Przekonanie słuchacza lub czytelnika jest bowiem w tym przypadku głównym celem.

Toposy wynikające z rodzaju i gatunku bywają pomocne w tych fragmentach wywodu, w których mówca pragnie zastosować uogólnienie. Rodzaj odpowiada wtedy prawdzie ogólnej – tezie, a gatunek prawdzie szczegółowej – hipotezie. Wykorzystując topos wynikający z rodzaju i gatunku, można posłużyć się techniką zstępującą (argumentacja wiedzie od „ogółu do szczegółu”) bądź wstępującą (argumenty ułożone są wówczas w porządku „od szczegółu do ogółu”).

Toposy wynikające ze związków przyczynowych wykorzystywane są w amplifikacji. Poszczególne odmiany tych toposów pomocne są w argumentacji prowadzącej do wniosku ze skutków. Przyczyna – sprawca, materialna, celowa, formalna lub wzorcowa – staje się wtedy podstawą dla skutku, który ma zostać dowiedziony. Aby zilustrować mechanizm działania toposu tego typu Arystoteles przedstawia następujący wywód:

Jeśli mianowicie miał powód, [świadczy to], że jest [winny], jeśli zaś nie miał powodu, że nie jest. Przyczyna i jej skutek istnieją bowiem równocześnie i nic nie istnieje bez przyczyny. (Ten przykład i następne cytuję za Arystotelesem 1988: [1397a–1400b]. W sprawie podziału na toposy wewnętrzne i zewnętrzne zob. także: Korolko 1990: 66–71).

Podstawą argumentowania mogą być także toposy wynikające ze związków skutkowych, które stanowią odwrotność toposów opartych na związkach przyczynowych i są od nich o wiele bardziej operacyjne pod względem perswazyjnym. Arystoteles, wskazując przykłady tych toposów,

powiada, iż dzięki nim można zarówno zachęcać do czegoś, jak i coś odradzać, bronić kogoś i oskarżać go, chwalić i ganić. Można zatem dowodzić:

Jeśli będziesz mówił prawdę, znienawidzą cię ludzie, jeśli zaś będziesz mówił nieprawdę – bogowie.

lub:

Nie należy się kształcić, ponieważ nie należy być przedmiotem zawiści. [albo] Należy się kształcić, bo trzeba być mądrym.

Pośród toposów wewnętrznych wyróżniano też toposy wynikające z wyliczenia części. W przypadku tych toposów szczególnie dobrze widoczna jest ambiwalentna natura toposu w ogóle. Wyliczenie może bowiem być przydatne zarówno w polemice (czyli w dowodzie negatywnym), jaki i pozytywnym porządku argumentacji. Przy czym stosując wyliczenie w funkcji pozytywnej, mówca prezentuje dokładny obraz podziału omawianego przedmiotu na części składowe, a w funkcji negatywnej może jedynie unaocznic nieprzystawalność jednej z wyróżnionych części do całości.

Toposy z pojęć rdzennych wiążą się z przedstawieniem etymologii słowa lub słów zastosowanych w argumentacji; a toposy z pojęć pokrewnych pozwalają korzystać ze związków, jakie łączą wyrazy synonimiczne.

Toposy z okoliczności zawierają odpowiedzi na pytania: kto? co? gdzie? kiedy? w jaki sposób? w jakim celu? dlaczego? itd. Toposy te na ogół nie bywają stosowane pojedynczo – przeciwnie zazwyczaj w wywodzie mieści się cały zestaw pytań i odpowiedzi, gdyż tylko dzięki większej liczbie zyskują one na mocy perswazyjnej.

Grupa toposów wynikających z porównania obejmuje toposy oparte na porównaniu rzeczy mniejszej z większą, większej z mniejszą oraz na porównaniu rzeczy równych. Relacja pojęć: mniej i więcej, może ułożyć się w następujący tok wynikania:

Jeśli zwykły obywatel ma się troszczyć o waszą sławę, wy winniście się troszczyć o sławę Hellady.

– albo:

Jeśli nawet bogowie nie są istotami wszechwiedzącymi, to tym bardziej ludzie.

– czy też:

Jeśli nie są złymi ludźmi stratedzy, chociaż często skazuje się ich na śmierć, to nie są złymi również sofiści.

Tak jak w przypadku toposów z porównania, toposy wynikające z podobieństwa tworzone są przez zestawienie rzeczy. Te ostatnie jednak zawierają zestawienie pojęć lub przedmiotów, które łączy jakaś wspólna cecha. Arystoteles, opisując podobieństwo różnych form wyrazów z tej samej rodziny, przekonuje, że należy dowodzić, iż wszystkie te formy odznaczają się tym samym. Oto przykład:

„Sprawiedliwość” nie zawsze jest dobrem, ponieważ „sprawiedliwie” nie zawsze znaczy „dobrze”, skoro nie jest rzeczą upragnioną być skazanym na śmierć „sprawiedliwie”.

W przypadku toposu z przeciwieństwa cel perswazyjny osiągnany jest przez uwydatnienie sprzeczności zachodzącej pomiędzy przedstawianymi przedmiotami. Wśród tego typu toposów wyróżniano toposy zaprzeczające, przeciwne, wykluczające się oraz sprzeczne. W toku argumentacji opartej na określeniu przeciwieństwa do postawionej wcześniej tezy można albo akcentować słusność tego przeciwstawienia albo – jeśli jest fałszywe – odrzucić je. Takie przykłady przywołuje Arystoteles:

Jeśli nie godzi się gniewać na ludzi,
Co mimowolnie nam zło wyrządzili,
To nie wypada nagradzać i takich,
Co pod przymusem wyrządzili dobro.

– oraz:

Być umiarkowanym to szlachetna rzecz, ponieważ być rozwiązłym jest rzeczą szkodliwą.

Porządek, wedle którego szukać należy toposów zewnętrznych wyznaczają: prawo, wyrok sądowy, dokumenty, świadkowie, przysięgi, opinie, tortury (za sprawą których wymuszono zeznania). Posługiwano się także toposami pochodzącymi ze świadectw i z przykładów.

Obok toposów ogólnych, które mogą funkcjonować we wszystkich rodzajach i gatunkach wymowy, Arystoteles wskazywał również na istnienie toposów przynależnych poszczególnym gatunkom i rodzajom, tzw. toposów specjalnych (gatunkowych). Inne toposy mogą tworzyć bowiem przesłanki właściwe fizyce, inne etyce, a jeszcze inne polityce (Arystoteles 1988: [58 a]). Szczególnie liczną grupę stanowią toposy specjalne prawa. Do tradycyjnych schematów rozumowań prawniczych zaliczyć można takie toposy, jak:

Nikt nie ma obowiązku oskarżać siebie samego.
Do twierdzącego należy podanie dowodu.
Ciężar dowodu spoczywa na powodzie.
Nikogo nie każe się za myśli.
Powstrzymywanie się od działania jest działaniem.

(Jabłońska-Bonca 2002: 270–271)

Nowoczesną teorię dyskursu o charakterze proceduralnym przedstawił w swojej książce zatytułowanej Logika prawnicza. Nowa Retoryka Chaim Perelman (1984).

* * *

Od topiki retorycznej należy odróżnić tę poetyckiego pochodzenia. Wśród toposów poetyckich R.E. Curtius wymienia następujące: „piękno natury”, „kraina marzeń” (Elizjum, Raj Ziemi), „wymarzone epoki” (Złoty Wiek), „potęgi życiowe” (miłość, przyjaźń, przemijanie), „stary chłopiec” i „młodzieńcza staruszka”.

Połączenie młodości ze starością w toposach określanych jako „stary chłopiec” i „młodzieńcza staruszka” było szczególnie rozpowszechnione

w poezji schyłkowej fazy antyku, jednak występowało także w późniejszych utworach.

Odmłodzenie – jak pisze Curtius – symbolizuje pragnienie odrodzenia osobowości, a pojawienia się jego przedstawień zaliczyć można do „archaicznych proto-obrazów w nieświadomości zbiorowej”. (Curtius 1997: 114)

Jako pełną witalności starą matronę Boecjusz opisywał filozofię. Z kolei Hermas pod postacią młodziejącej w miarę upływu lat siwej kobiety przedstawił „Kościół”. Podobną interpretację toposu „młoda staruszka” możemy znaleźć w utworze Balzaka *Jesus-Crist en Flandre*, w którym Kościół okazuje się bezzębną staruszką. Niespodziewanie zmienia się ona – „niczym nowo narodzony motyl” – w młodą kobietę.

Topos oparty na opozycji chłopiec – starzec funkcjonował w dwóch odmianach: jako „młodzieńczy staruszek” i jako „stary młodzieniec”. Występował nie tylko w łacińskich dziełach późnego antyku, ale także w Biblii, w średniowiecznych pismach hagiograficznych i XVII-wiecznych romansach. Więcej – topos ten pojawia się również w buddyjskich i islamskich wierzeniach oraz w etruskich przekazach.

Bardzo często topos *puer senex* stosowany był w funkcji pochwalnej. Pojawiał się w odach i panegirykach pisanych na cześć bogów, władców, a nawet urzędników.

Cyceron pisał:

Jak bowiem pochwalam młodzieńca, w którym jest coś ze starca, tak też chwale starca, w którym jest coś młodzieńczego. (cyt. za: Curtius 1997: 107)

Owidiusz przekonywał, że tylko cesarze i półbogowie łączą w sobie młodość z dojrzałością. Święty Benedykt, opisywany przez Grzegorza Wielkiego, już w dzieciństwie odznaczał się dojrzałym rozumem. Podobnie wszelkie cnoty starości przypisywał młodemu bohaterowi swojego dzieła Alan z Lille.

Przekonując o archetypicznej naturze toposów budowanych na antytezie, Curtius zwraca uwagę także na inne ich realizacje. Pisze o wizjach afrykańskich męczenników z II wieku, którzy Boga postrzegali

jako „sędziwego starca o śnieżnobiałych włosach i o młodzieńczym obliczu”.

Curtius wymienia również islamskie wyobrażenia młodzieńca z białą brodą, buddyjskie przedstawienia „starego dziecka” i etruskie bóstwa „chłopca o siwych włosach, umyśle starca”.

Wśród toposów poetyckich Curtius wymienia także „inwokację do natury”. Pierwotnie topos ten funkcjonował przede wszystkim w kontekstach religijnych. Do natury bądź jej poszczególnych elementów – nieba, ziemi, drzew, jezior czy strumieni – zwracano się w modlitwach, ją również przywoływano w przysięgach. Z czasem topos ten zaczął funkcjonować także poza tymi dwoma gatunkami, w różnego rodzaju tekstach świeckich. Towarzyszyła temu personifikacja natury – ona sama lub jej wybrane siły stawały się istotami zdolnymi do cierpienia i radości, do współodczuwania.

Przez wiele stuleci bardzo popularnym toposem był „świat na opak odwrócony”. Występował on zazwyczaj albo jako „skarga na te czasy” – tak często dzisiaj wykorzystywana – albo jako pochwała „dawnych dobrych czasów”.

Janina Abramowska, opisując istotę topiki poetyckiej, wyodrębniła kryteria, wedle których toposy winny być klasyfikowane. Zasady porządkujące w obrębie repertuaru topicznego stanowić mogą zarówno pochodzenie toposu, jego funkcja, miejsce w kompozycji utworu, jak i struktura formalno-znaczeniowa (Abramowska 1982: 13–17).

Pierwszą grupę stanowią zatem toposy, które wyrosły z tego samego obrazu bądź z tego samego tematu. W centrum topicznego paradygmatu mogą się znaleźć tak bardzo odmienne tematy, jak: miłość, śmierć, podróż, walka. Toposy mogą mieć także swoje źródło w obrazach. Dlatego mówi się o topice ogrodu czy topice morskiej.

Druga grupa, jaką wyróżnia Abramowska, zbiera toposy o jednakowym zakresie możliwych zastosowań. W polu topiki podróży można na przykład znaleźć: renesansowy topos „podróży dookoła świata”, barokowy „peregrinationis vitae” („podróży życia”) i romantyczny „podróży do ziemi obiecanej” (Kamionka-Straszakowa 1992: 6–10). Temat miłości pojawia się jako topos „miłość-służba”, topos „miłość-choroba”, „ślepy Amor” czy „słodkie cierpienie”.

Kryterium miejsca w kompozycji utworu jest analogiczne do retorycznych zasad podziału topiki. Jednak w przypadku literatury wiąże się z pewną nadwyżką znaczenia. Tak wyodrębniony topos spełnia nie tylko funkcję delimitacyjną, ale także poznawczą. Na potwierdzenie wystarczy przywołać apostrofę. Nie tylko wyznacza ona początek utworu, ale także jest wskazaniem przynależności stylistycznej i gatunkowej.

Czwartą zasadę porządkującą topikę poetycką stanowi podobieństwo struktury formalno-znaczeniowej. Zgodnie z tą zasadą można wymienić między innymi toposy w formie sentencji, apostrofy, enumeracji, antytezy, metafory i alegorii. Wśród toposów metaforycznych – toposy: „życie jako żegluga”, „świat jako księga” i „świat jako teatr”.

* * *

Uporządkowanie toposów powieściowych – przedstawione przez badaczy SATOR – ma charakter konfiguracji. Toposy, których toposy częściowo się pokrywają, grupowane są w „zbiory topiczne”. Bliskie pod względem tematycznym zbiory mogą zostać zebrane w konfigurację wyższego rzędu, tzw. „kategorię” (Pawłowska 1999: 157).

Maja Pawłowska przytacza następujące przykłady konfiguracji topicznych: toposy „omdlenia z radości”, „omdlenia ze strachu” i „omdlenia z rozpacz” tworzą zbiór „omdlenie”. Natomiast takie zbiory topiczne jak: „maska”, „przebranie”, „przybrana tożsamość”, „zwierzenie” mogą składać się na kategorię o nazwie „sekret” (Pawłowska 1999: 158).

Topos „omdlenie z radości” (pełna nazwa: „Kochankowie spotykają się i mdleją z radości”)

Kategorie:

1. Przedstawianie ciała
2. Wyrażanie uczuć
3. (propozycje otwarte).

Zbiory topiczne:

1. Omdlenie
2. Spotkanie
3. (propozycje otwarte).

Granice pojęcia

Złożoną kwestię stanowi zakres pojęcia toposu. Już w pismach Starożytnych termin topos bywał różnorodnie rozumiany i – co z tym związane – na wiele sposobów stosowany. Współcześnie – jak często podkreślają badacze – stał się workiem, do którego wrzucane są czasem bardzo odmienne znaczenia. Topos bywa utożsamiany z motywem, tematem, kliszą, banałem, słowem-kluczem, metaforą, alegorią, mitem, schematem fabularnym czy z obrazem. Jak przekonuje Stefania Skwarczyńska:

Toposem bywa bowiem słowo, zwrot rozumiany literalnie, ale też trop, figura stylistyczna, złożenie leksykalne, obraz literacki, motyw. (Skwarczyńska 1985: 86)

Jako element przynależny konwencji – argumentuje Abramowska – zajmuje pozycję graniczną, bliską motywom i tematom. Jednak należy pamiętać, że topos stanowi mniejszą „jednostkę znaczeniową” (Abramowska 1982: 11).

Relacje między pojęciami toposu, motywu, tematu czy metafory bywają różnorodnie określane. Ryszard Przybylski w alegoriach, mitach, motywach i obrazach upatruje źródła toposów.

Dopiero wiekowa funkcja społeczna czyni ze znaków literackich toposy i zapewnia im przez to trwałe miejsce w tradycji. Dlatego nie każdy mit, nie każdy motyw, nie każda alegoria, nie każdy obraz stał się toposem. (Przybylski 1966: 7–8)

Natomiast dla Augusta Obermayera zjawiska takie jak symbol, alegoria czy motyw stanowią językową formę wyrazu:

Nie stawiam pojęć topos – motyw – metafora – językowy obraz etc. w jednym szeregu [...], lecz widzę w motywach, symbolach, językowych obrazach, metaforach, alegoriach itd. [...] językowe formy wyrazu toposu. (cyt. za Brzozowski 1986: 12)

W topice powieściowej szczególną uwagę poświęcono związkowi toposu z motywem i tematem. Temat – według A. Weil – stanowi element należący do innej płaszczyzny badawczej, gdyż odnosi się do świata przedstawionego, a nie do konfiguracji topicznych, dlatego nie sposób porównywać go z toposem. Więcej elementów wspólnych można znaleźć, zestawiając topos z motywem. W jednym i drugim jako cechy charakterystyczne można wskazywać narracyjność i powtarzalność. Jednak motyw stanowi mniejszą od toposu jednostkę znaczeniową – bliższy jest raczej toposowi (Pawłowska 1999: 159). Gdybyśmy chcieli przedstawić relacje między tymi trzema pojęciami w formie schematu, to w ujęciu przyjętym przez badaczy topiki powieściowej można by nakreślić następujący:

TEMAT > TOPOS > MOTYW

Jakkolwiek by nie wytyczać granic pomiędzy tymi pojęciami najistotniejszym jest fakt ich przynależności do tej samej dziedziny, zarówno topos, jak i metafora, alegoria, motyw i inne już wymieniane mieszczą się w obrębie filologii. Inaczej rzecz ma się z archetypem. Właśnie zestawienie toposu z pojęciem psychologicznym wzbudziło najwięcej kontrowersji wśród badaczy.

J.M. Rymkiewicz przekonywał, że funkcjonowanie tego samego toposu w różnych kulturach nie może zostać uznane – jak chciał tego Curtius – za dowód jego archetypicznej natury. Dowodził, że archetypy w przeciwieństwie do toposów nie podlegają zmianom i o ile możemy mówić o historycznej topice, o tyle nie znajdziemy jej odpowiednika w psychologii (1968: 12). Jerzy Ziomek, negując utożsamienie toposu z archetypem, podkreślał kulturowy charakter tego pierwszego – archetyp jest przecież „elementem kolektywnej wyobraźni, dziedziczonym w sposób naturalny” (1990: 295).

* * *

Po spojrzeniu na topikę i topos z perspektywy diachronicznej i synchronicznej, po przeglądzie kryteriów porządkujących i po rozważaniach nad kwestiami pojęciowych granic, wyraźne staje się, że nie

sposób przedstawić definicji, która obejmowałaby wszystkie przywoływane koncepcje. Próba ujęcia topiki retorycznej i poetyckiej czy powieściowej w jednym określeniu grozi albo zbytym uogólnieniem (gdy zostaną uwzględnione tylko cechy wspólne różnych odmian topicznych), albo nadmierną szczegółowością (gdyby w prezentacji pojęcia toposu wzięto pod uwagę wszystkie czy choćby większość przypisywanych mu cech).

Jednak mimo tych wszystkich zastrzeżeń jedno pozostaje pewne. Antyczne korzenie topiki stanowią gwarancję spójności tej dziedziny – jakkolwiek by jej nie przekształcać. Dlatego też w większości ujęć topos odznacza się kilkoma charakterystycznymi cechami. Po pierwsze spełnia funkcję argumentu – nie tylko w tekstach, w których retoryka dominuje, ale także w tekstach literackich – zarówno w poetyckich, jak i w powieściowych; po drugie jest konwencjonalny – przynależność do sfery konwencji określa stopień jego przewidywalności; po trzecie ma dwudzielną konstrukcję – zawsze składają się nań elementy powtarzalne i jednorazowe, które zapewniają jego umocowanie w kontekście, i po czwarte wreszcie jest autonomiczny, tzn. może funkcjonować w obrębie tekstu i poza nim, stanowi bowiem dającą się wyodrębnić całość.

Trzeba mieć jednak świadomość, że zarówno rozumienie topiki, jak i toposu podlegało na przestrzeni wieków zmianom i że zmian tych nie można uznać za zakończone. Status obu zjawisk nie jest jednoznaczny. Topos stanowi zarówno element tekstu, jak i narzędzie analizy i interpretacji tekstów, a topika – pierwotnie usytuowana w obrębie dialektyki i retoryki, zachowując tam mocną pozycję – zbliżyła się do poetyki i metodologii badań literackich.

Zasięg wpływów topiki będzie się najprawdopodobniej rozszerzał, choć pewnie nie będzie wyeksponowany pod względem teoretycznym. Trudno jednak wyobrazić sobie takie dziedziny współczesnej rzeczywistości jak polityka, reklama czy nawet public relations bez udziału elementów topicznych.

Agnieszka Budzyńska-Daca

Sztuka argumentacji

W jednym z najważniejszych dzieł Platońskich poświęconych retoryce sofista Gorgiasz tłumaczy Sokratesowi, na czym polega stosunek retoryki do moralności:

Trzeba jednak, Sokratesie, posługiwać się retoryką tak, jak wszystkimi sztukami służącymi walce. Jakąkolwiek bowiem uprawiamy, nie jest to powód, by wykorzystywać je przeciwko wszystkim, tylko dlatego, że umie się walczyć na pięści, w pankrationie czy w ciężkiej zbroi, i zwyciężać zarówno wroga jak i przyjaciela. To nie daje nam prawa bić naszych przyjaciół, ranić ich i zabijać. (Platon, Gorgiasz, 1991 [456 C])

Zauważmy, Gorgiasz charakteryzuje retorykę, jako sztukę walki na słowa. Grecki termin „agon”, oznaczający walkę, odnosił się zarówno do współzawodnictwa sportowego, jak i do wymowy[6]. Powinowactwo sztuk implikowało podobną etykę walki. Gorgiasz zastrzega, że umiejętności te muszą iść w parze z dyspozycjami moralnymi. Sama techniczna zdolność zadawania ciosów nie upoważnia nas do tego, abyśmy czynili to w sposób dowolny, nie zważając ani na sytuację, ani na osobę przeciwnika. Przywołana właśnie w tym miejscu analogia miała zilustrować tezę o moralnych powinnościach mówcy. Spróbujmy jednak potraktować ją jak punkt wyjścia dla rozważań o argumentacji i rozwinąć nieco jej semantyczne możliwości. Jeśli retorykę potraktujemy jako sztukę walki, w której orężem jest słowo, to słowo to będzie wykorzystywane do przedstawiania poglądów, racji, stanowisk. Będzie służyć dowiedzeniu słuszności tez mówcy w sporze, umiejętności przyjęcia racji przeciwnika. Będzie to słowo w dyskursie.

Łaciński czasownik *dis-curro* oddać można w języku polskim za pomocą słów „rozbiegać się”, „rozproszyć”, „biegać”, „błąkać się”, „jeździć w różnych kierunkach”, „rozdzielać się”, „przebiegać”,

„przebywać”, w znaczeniu przenośnym zaś wyraża metaforę ruchu intelektu, „bieg”, „ruch” poczynań myślowych między jednym a drugim inteligibilium. (Chenu 1974: 198). Z perspektywy retorycznej zaś, możemy powiedzieć, że jest to ruch między mówcą i audytorium, między tym, kto przedstawia swoje racje, a tym, do kogo są one skierowane. Sam dyskurs, ruch myśli w zależności od tego, na jakiej płaszczyźnie się toczy, rozgrywa się wedle swoistych reguł. Inne reguły obowiązują w dyskursie naukowym czy poetyckim, inaczej wygląda metodologia dyskursu retorycznego. Istotą tego dyskursu jest agonizacja.

Teleologia walki wskazuje na dwa cele: doraźny – zwycięstwo nad przeciwnikiem, i ogólny – osiągnięcie pokoju. W zależności od rodzaju wypowiedzi: przemówienie, dyskusja, debata, negocjacje, pertraktacje, celem będzie albo udowodnienie własnej tezy, przeforsowanie swoich poglądów (strategia wygrana/przegrana), albo osiągnięcie consensusu, czyli jednomyślności stanowisk (strategia wygrana/wygrana)[7]. Analogia ta odsłania dalsze płaszczyzny podobieństw. Tak jak w walce na pięści przeciwnicy muszą umiejętnie zadawać ciosy, bronić się przed atakiem przeciwnika, tak w retoryce, w której orężem jest mowa, muszą umieć formułować argumenty i kontrargumentować. Argumenty, podobnie jak wymiana ciosów w walce, są tym, co bezpośrednio dostrzegalne dla obserwatora niewtajemniczonego w arkania sztuki. Żeby argument mógł być celny, skuteczny, żeby obrona odniosła skutek, potrzebne są umiejętności, które stanowią materialną i intelektualną podstawę procesu argumentacji. Rozwijając dalej tę analogię, można powiedzieć, że tak jak pięściarz musi znać miejsca, które może zaatakować i sposoby wyprowadzania ciosów, tak mówca powinien wiedzieć, jak zbudować argument i do jakich przekonań odbiorcy się odwołać, aby jego dowodzenie było skuteczne. Problem tzw. miejsc wspólnych rozpatrywany jest w rozdziale poświęconym topice. I wreszcie styl wypowiedzi ma też swoje analogiczne odniesienie do sztuki walki. Mówca czy polemista może formułować swoje rozumowanie w sposób barwny, ciekawy, finezyjny, niewymuszony, mówić ze swadą lub przeciwnie, zaniedbywać estetykę wypowiedzi, co w konsekwencji może prowadzić do niefortunności perswazyjnej przekazu. Słynne zdanie z Sienkiewiczowskiego „Potopu” wypowiedziane przez mistrza fechtunku, Wołodyjowskiego do Kmicica: „Waść machasz jak cepem”, mogłoby

zobrazować ową niezgrabność stylistyczną mówcy. Zasygnalizowane tu jedynie zagadnienie stylu metodyka dyskursu retorycznego sytuuje w dziale elocutio (zob. rozdział „Wśród tropów i figur”).

Porzucimy tymczasem metaforykę bitewną i wróćmy na teren języka. Aby wyjaśnić istotę i mechanizm działania argumentacji musimy odwołać się do zależności strukturalnych między retoryką i logiką, dziedziną, która pozbawiona jest pierwiastka agonicznego. Dowodzenie logiczne opiera się na regułach określonych w ramach systemów sformalizowanych. Konstrukcje logiczne nie potrzebują zakotwiczenia w postaci akceptacji audytorium, i to niezależnie od tego czy przyjęte aksjomaty określa się jako prawdziwe, czy jako hipotezy. Dowodzenie logiczne pozbawione jest przy tym wszelkiej dwuznaczności. Argumentacja natomiast, kierowana jest do drugiego człowieka, rozwija się w języku naturalnym, w którym formalizm ustępuje wieloznaczności semantycznej. W argumentacji istotny jest przede wszystkim czynnik personalistyczny. Celem argumentacji nie jest wyprowadzenie określonych konsekwencji z pewnych przesłanek, jak w logice, lecz wywołanie lub wzmocnienie poparcia audytorium dla tez przedkładanych mu do akceptacji (Perelman 2002: 22). Mówca nie przeprowadza wnioskowania, aby uzyskać absolutną pewność w dowodzeniu, ale wnioskowanie to ma posłużyć mu do tego, aby uzyskać poparcie dla tez, które głosi. Aby takie poparcie uzyskać, musi opierać swoje dowodzenie na wspólnej dla niego i odbiorców podstawie przekonań. Umberto Eco tak mówi o roli retoryki:

Kodyfikuje [ona] pewien typ informacji rozsądnej, pewien typ zaskoczenia regularnego, tak iż zaskoczenie i informatywność pojawiają się tu nie po to, by urazić i podważyć całą wiedzę odbiorcy, lecz by go przekonać, a więc jego wiedzę przebudować tylko częściowo. (Eco 1972: 129–130)

Zwróćmy uwagę na określenie: „przebudować częściowo”, tzn. zmienić, opierając się na tym, co uprzednio zostało zbudowane, zmodyfikować, usprawnić, ulepszyć, co oczywiste – według woli i koncepcji nadawcy komunikatu perswazyjnego.

Przyjrzyjmy się następującym argumentom. Podstawą każdego z nich jest określona wartość, zaprojektowana jako wspólna dla nadawcy

i odbiorcy:

Argumentum ad antiquitatem (do starodawności)

„Już starożytni Chińczycy doceniali siłę żeń-szenia. Myślę, że ta herbata powinna ci pomóc”.

Argumentum ab utili (z użyteczności)

„Myślę, że powinien pan przyjąć ofertę naszej firmy. Internet całą dobę za najniższą stawkę na rynku, no i przydadzą się panu dodatkowe darmowe minuty na rozmowy telefoniczne”.

Argumentum ad baculum (do kija)

„Dawaj forszę albo pożałujesz”.

Argumentum ad fidem (do wiary)

„Przecież już w Biblii jest napisane, że to mąż powinien być głową rodziny”.

Argumentum a silentio (z milczenia)

„Żadne źródła nie podają, jakoby Bin Laden zginął w czasie ataku Amerykanów na Afganistan. Należy więc przypuszczać, że udało mu się przeżyć”.

Argumentum ad vanitatem (do próżności)

„Jestem przekonany, że dojdziemy do porozumienia. Jest pan przecież człowiekiem wykształconym o nowoczesnych poglądach”.

Zauważmy, że podstawą wszystkich argumentów były powszechne opinie, sądy, wartości (przekonanie o tym, że dobre jest to, co starożytni uważali za dobre; poczucie, że wartościowe jest to, co użyteczne, praktyczne etc.). Celność argumentu zależy od trafnie wybranej bazy wyjściowej. Nie można przekonać ateisty, opierając się na prawdach wiary. Powołując się na autorytet, trzeba się upewnić, że dla audytorium ten autorytet jest równie ważny. Nie wzbudzimy też poczucia strachu u odbiorcy, który dysponuje większą siłą i możliwościami działania. Musimy zatem najpierw rozpoznać swoich odbiorców i wybrać dobre miejsca, wspólne dla uczestników komunikacji, aby móc skutecznie z tych miejsc wyprowadzać argumenty.

Mówca, podobnie jak logik, dysponuje dwoma sposobami dowodzenia: dedukcją (czyli rozumowaniem prowadzonym od ogółu do szczegółu) i indukcją (rozumowaniem od szczegółu do ogółu). O ile jednak w przypadku logiki są to formy czyste, które prowadzą do rozstrzygnięć pewnych i niepodważalnych, o tyle w retoryce celem nie jest

niepodważalność wniosków, lecz ich akceptowalność. Stosunek retoryki do logiki będzie zawsze stosunkiem podrzędności, gdy idzie o kryterium prawdziwości. Jednak nie prawda obiektywna, bezosobowa (gr. alétheia, łac. veritas), ale prawdopodobieństwo (gr. dóksa, łac. opinio), wartości, opinie stanowią o sile, dynamice przekonywania. Z punktu widzenia teorii retorycznej te dwie wartości nie są przeciwstawne. Kwintyliian tłumaczy to w ten sposób:

Jeżeli coś ma więcej cech prawdopodobieństwa nie jest przecież tym samym sprzeczne z czymś drugim, co ich miało mniej. Bo jak biały kolor nie jest przeciwieństwem bielszego ani też smak słodki nie jest przeciwieństwem smaku słodszy, tak i prawdopodobieństwa większe i mniejsze nie są między sobą sprzecznościami. (Kwintyliian 1951 [2, 17, 34–35])

Spójrzmy na podstawowe narzędzie rozumowania w logice, czyli na sylogizm. Arystoteles definiuje tę formę rozumowania dedukcyjnego jako „wypowiedź, w której, gdy się coś założy, coś innego, niż się założyło, musi wynikać dlatego, że się założyło” (Arystoteles 1990a [24b 18–20]). Sylogizm składa się z dwóch przesłanek: mniejszej i większej oraz wniosku. Wnioskowanie dedukcyjne polega na wyprowadzaniu prawdziwego wniosku z dwóch prawdziwych przesłanek, np.:

Adam jest człowiekiem. (przesłanka mniejsza)

Każdy człowiek jest ssakiem. (przesłanka większa)

Adam jest ssakiem. (wniosek)

W dyskursie perswazyjnym rzadko odwołujemy się do tego rodzaju rozumowań apodyktycznych, chociaż narzędziem wnioskowania w retoryce jest także sylogizm, a raczej specjalny rodzaj sylogizmu, zwany entymematem.

Entymemat jest sylogizmem uproszczonym, w którym nie ujawnia się jednej z przesłanek (gr. en thymo – w umyśle), traktując ją jako oczywistą dla audytorium[8]. Przywołany powyżej sylogizm w postaci entymematycznej mógłby brzmieć:

„Adam jest ssakiem jak każdy człowiek”.

Opuszczono tu przesłankę oczywistą: „Adam jest człowiekiem”. Rozumowanie to jest prawdziwe, bo obydwie przesłanki (mniejsza

i większa; ujawniona i opuszczona) są prawdziwe.

Jeśli np. powiem: „Adam troszczy się o swoje dziecko, bo jest jego ojcem”, nie muszę tłumaczyć, że każdy rodzic troszczy się o swoje dziecko. Zakładam, że mój odbiorca zgadza się z tym poglądem. Oczywiście pominięta przeze mnie przesłanka jest fałszywa. Mówiąc to, jednak liczę na to, że mój rozmówca albo wyznaje podobny pogląd, albo nie zada sobie trudu rozłożenia tego wnioskowania na czynniki pierwsze i nie wykaże tym samym fałszywości wniosku ze względu na fałszywość przesłanki większej, jak w powyższym schemacie:

Adam jest ojcem. (przesłanka mniejsza)

Każdy ojciec troszczy się o swoje dziecko. (przesłanka większa)

Adam troszczy się o swoje dziecko. (wniosek)

Gdyby rozumowanie to miało postać takiego właśnie, pełnego sylogizmu, co rzecz jasna dla mówcy byłoby tyleż niewygodne, co nieatrakcyjne dla słuchaczy, łatwiej byłoby zrewidować wniosek w oparciu o nieprawdziwość przesłanki większej (nie „każdy ojciec”, ale „większość ojców”). Argument straciłby asertoryczność, którą uzyskał dzięki toposowi zawartemu w przesłance większej, którą odbiorca miał sobie zrekonstruować w umyśle, zyskałby natomiast na prawdziwości sądu.

Trzeba pamiętać, że dowodzenie entymematyczne nie zawsze musi być nierzetelne, to zależy od intencji mówcy, kryje jednak w sobie taką potencjalność. Zwykle w entymemacie opuszcza się przesłankę większą, którą mówca postrzega jako akceptowalną przez odbiorców, odwołując się do ich przekonań, opinii, stereotypów, czyli nie do obiektywnej prawdy, ale do wiedzy prawdopodobnej. Odwołuje się do pewnych „miejsc wspólnych”, dotyczących określonych kwestii, np. „Każda matka kocha swoje dzieci”, „Każdy Polak to patriota”, „Palenie szkodzi zdrowiu”, czy do toposów obrazowych: „Państwo jest jak okręt na morzu”, „Kobieta jest jak róża”. Mówca, mając w umyśle (en thymo) te sądy, przekazuje je, czy milcząco odwołuje się do umysłów swojego audytorium. I na tej bazie, wspólnej dla obu stron, akceptowalnym przez obie strony gruncie, buduje, tworzy wśród odbiorców przekonania do wyprowadzanych wniosków, „przebudowuje” wiedzę odbiorców. Odwoływanie się do tych toposów to zarazem poszukiwanie myślowego porozumienia między jednym a drugim inteligibilium (mówcą a audytorium), budowanie dyskursu perswazyjnego. Oto przykład z rodzimego podwórka sejmowego:

Pan, panie pośle, myli politykę, partyjniacką politykę, z rządzeniem krajem. Dla pana rządzenie krajem to jest teatr polityczny.

Opuszczona przesłanka: „Każdy, kto uprawia partyjniacką politykę, uprawia teatr polityczny”. Obydwa określenia, zarówno „partyjniacka polityka” (cokolwiek to znaczy), jak i „teatr polityczny”, są nacechowane negatywnie. Mówca zastosował skrót w argumentacji, odwołując się do przekonań, doświadczeń słuchaczy, którzy będą potrafili ten skrót myślowy rozszyfrować, a w konsekwencji, zgodzą się z proponowanym w tym rozumowaniu wnioskiem.

Entymemat może też występować w postaci innego schematu, kiedy mówca wymienia przesłanki, a pomija wniosek, który niejako sam musi się nasunąć odbiorcy, np. „On jest Polakiem, a każdy Polak to patriota”. W tym dowodzeniu brak jest wniosku: „On jest patriotą”. Ten wniosek odbiorca sam musi odkryć. Ów moment odkrycia może dodatkowo wzmocnić perswazję, dając odbiorcy poczucie, że on sam doszedł do sugerowanego przez mówcę przekonania, że to w gruncie rzeczy jego własna opinia, przez nikogo nie narzucona.

Można powiedzieć, parafrazując słynne zdanie Pana Jourdaina, że wszyscy na co dzień posługujemy się entymematami, nie wiedząc nic o tym. Przytoczmy na potwierdzenie tego „odkrycia” kilka przykładów rozumować entymematycznych:

„On jest świetnym aktorem, potrafi wcielać się w różne role”. (opuszczona przesłanka większa: „Dobry aktor potrafi wcielać się w różne role”)

„Nie jestem dobrą kucharką, bo nie potrafię odpowiednio doprawić rosółu”. (opuszczona przesłanka większa: „Dobra kucharka odpowiednio przyprawia potrawy”)

„X nie będzie dobrym prezydentem, bo prezydent nie może być człowiekiem z plasteliny”. (opuszczony wniosek: „X jest człowiekiem z plasteliny”)

„Kocham swoją pracę, bo czerpię z niej dużo radości”. (opuszczona przesłanka większa: „Pracę kocha się wówczas, kiedy przynosi radość”)

Inną formą argumentowania jest epicheremat (gr. epicheirema – zamysł). Jest to tzw. sylogizm krasomówczy, gdzie do jednej z przesłanek zostaje dołączone uzasadnienie.

Marek jest świetnym trenerem. Ma talent pedagogiczny i dużo pracuje, a to są cechy niezbędne w tym zawodzie. Dlatego sądzę, że pod jego kierunkiem drużyna będzie odnosić sukcesy.

Istnieje ponadto taki rodzaj dowodzenia przypominający swoją strukturą miniaturową mowę, łac. *collectio*, czyli kolekcja argumentów. W tej minimowie znajduje się przedłożenie (teza wyjściowa), dowód z uzasadnieniem i konkluzja.

Przykład z wypowiedzi premiera Belki w sejmie:

Kreślono czarny scenariusz dotyczący finansów publicznych. Otóż w roku ubiegłym udało nam się – tak, tak – zmniejszyć wielkość deficytu, wielkość zarówno deficytu w stosunku do wysokości wynikającej z naszych zamierzeń czy obaw, jak i długu publicznego. Zadłużenie państwa w zeszłym roku spadło i w tym roku prawdopodobnie także spadnie. Oddaliliśmy ten czarny scenariusz. (4 kadencja, 98 posiedzenie, 2 dzień, 03.03.2005) (<http://ks.sejm.gov.pl>)

Szczególnie atrakcyjnie dla słuchaczy mogą brzmieć takie formy argumentowania jak dylemat czy soryt.

Dylemat (*dilemmatos* – zawierający dwa zdania), zwany też sylogizmem dwurożnym, polega na tym, że obok dwu zdań warunkowych, jako trzecia przesłanka, występuje zdanie alternatywne, np.:

Głosować na kandydata X czy na kandydata Y? Jeśli zagłosuję na ikxa, postąpię wbrew sobie, jeśli na igreka, będzie to głos nieważny, bo igrek i tak nie ma szans na prezydenturę. Może więc zbojkotować wybory i nie głosować wcale?

Konstrukcja dylematu pozwala mówcy wyrazić niezadowolenie z obu ewentualności, jakie mu się proponuje, bądź jakie sam chciałby zdyskredytować.

Soryt jest to sylogizm o liczbie przesłanek większej niż dwie, tworzących coś w rodzaju łańcucha zakończony wnioskiem. Powstaje po zestawieniu kolejno po sobie kilku zdań, w których orzecznik pierwszego zdania staje się podmiotem w zdaniu następnym itd., a w ostatnim zdaniu zastępuje połączenie podmiotu zdania pierwszego z orzecznikiem zdania

przedostatniego, np.: Marek jest Ślązakiem. Jako Ślązak jest patriotą. Patriotą jest człowiekiem godnym szacunku. Zatem Marek jest człowiekiem godnym szacunku.

Przywołajmy przykład sorytu chińskiego (za: Perelman 2002: 86–87):

Aby inteligencja mogła spełniać swą wychowawczą funkcję w całym kraju, nasi przodkowie wprowadzali najpierw porządek we własnym księstwie; chcąc wprowadzić porządek we własnym księstwie, regulowali najpierw swoje życie rodzinne; chcąc uregulować swoje życie rodzinne, dbali najpierw o kulturę osobistą; chcąc dbać o kulturę osobistą, naprawiali najpierw swoje serca; chcąc naprawiać swoje serca, szukali szczerości swoich myśli; szukając szczerości swoich myśli, przykładali się zwłaszcza do nauki doskonałej; zaś nauka doskonała polega na uzyskiwaniu poczucia rzeczywistości.

Soryt, w przeciwieństwie do entymematu, jest zaproszeniem odbiorcy do wspólnego rozumowania, do analizy proponowanego wniosku. Mówca odkrywa przed odbiorcą wszystkie ogniwa myślowe, które doprowadziły go do lansowanego wniosku, jakby chciał przekonać go co do rzetelności swego myślenia i solidnych podstaw, na jakich buduje rozumowanie.

Innym sposobem formułowania dowodów jest posłużenie się rozumowaniem indukcyjnym. Wychodzimy wówczas od jednostkowych przypadków, z których każdy posiada określoną cechę i na tej podstawie formułujemy wniosek ogólny na temat występowania tej cechy w całym zbiorze.

Mam wielu znajomych Wodników. Wszyscy są ludźmi energicznymi, pełnymi pomysłów i otwartymi na nowe wyzwania. Takie są po prostu Wodniki.

Wywiedziony na podstawie takiego rozumowania wniosek nie spełnia kryterium prawdziwości z punktu widzenia logiki. Nie można na podstawie znajomości kilku przypadków formułować wniosku dotyczącego całego zbioru. Bardzo łatwo jest też tezę tę obalić w dyskusji. Ktoś może powiedzieć: „A ja znam takiego Wodnika, który jest gnuśnym,

zblazowanym malkontentem”. Dlatego też, mając świadomość niedoskonałości tego sposobu dowodzenia, należy wystrzegać się zbyt kategoriycznych sądów uogólniających. Często wniosek takiego dowodzenia nie pojawia się *expressis verbis* w wypowiedzi. Mówca może pozostawić go w domyśle audytorium, m.in. po to, aby nie dać oponentowi podstawy do zakwestionowania tezy poprzez przedstawienie przypadku, który byłby tej tezy zaprzeczeniem. Spójrzmy na fragment mowy kandydata na prezydenta, Donalda Tuska:

Przez ostatnich kilka tygodni rozmawialiśmy ze sobą. Ja jeździłem po całej Polsce i spotykałem się [...] z emerytowanymi oficerami wojska polskiego, z pielęgniarkami w Policach, z kolejarzami w Szczecinie. I wszędzie, gdzie rozmawialiśmy, czuliśmy, i państwo i ja, że najważniejsze jest to, co nas łączy w Polsce, najważniejsze jest to, co łączy Polaków, a nie to co dzieli. Rozmawiałem z przedsiębiorcami i bezrobotnymi [...]. Uzyskałem poparcie tak różnych ludzi, jak prezydent Lech Wałęsa i prezydent Aleksander Kwaśniewski, bo oni też wiedzą, jak ważne jest to, co wspólne w Polsce. (debata prezydencka z dn. 21.10.2005) (www.itvp.pl/prezydent_dla_polski/i.tvp)

W przykładzie tym nie pada stwierdzenie „byłem wszędzie”, ani „rozmawiałem ze wszystkimi” czy „popierają mnie wszyscy”, ale mówca uzyskuje taki efekt poprzez wyliczenie, nagromadzenie przypadków szczegółowych, które mają pozostawić u odbiorców wrażenie, że istotnie jest kandydatem popieranym przez całe społeczeństwo.

Często mówcy, korzystając z zasady *brevitas* (zwięzłości), wyliczają wiele przykładów szczegółowych, pozostawiając u odbiorcy komunikatu wrażenie, że zbiór ów zostałby wyczerpany, gdyby nie możliwości czasowe, jakie posiadają, lub ograniczona percepcja słuchaczy. Ten rodzaj dowodzenia indukcyjnego jest oczywiście z punktu widzenia logiki dowodzeniem ułomnym. Retoryka jednak sankcjonuje go wedle zasady *pars pro toto*, część zamiast całości. Cząstkowy wycinek rzeczywistości, pojedynczy przykład może poświadczać ogólny stan rzeczy, dowodzić istnienia pewnych prawidłowości, mechanizmów funkcjonujących w rzeczywistości, którą mówca przedstawia.

Kwintyliian podzielił przykłady na trzy rodzaje: 1. przykłady podobne, wśród których wyróżniamy a) w pełni podobne i b) nierównie podobne; 2. przykłady niepodobne i 3. przeciwstawne. Spójrzmy na możliwe sposoby użycia tego rodzaju argumentów:

1a)

„Jeśli firmę X stać było na zatrudnienie fachowców z zagranicy, to naszą firmę też będzie na to stać”.

Mówca postrzega status swojej firmy jako równorzędny z podaną w przykładzie firmą X lub chce, aby była tak postrzegana przez odbiorców komunikatu.

1b)

„Skoro firmę X stać było na zatrudnienie fachowców z zagranicy, to tym bardziej nas powinno być na to stać”.

Mówca sprawia wrażenie, że status majątkowy czy prestiż jego firmy jest większy niż wspomnianej firmy X.

2.

„Firma X inwestuje na północy Polski, my natomiast będziemy otwierać nasze oddziały na wschodzie”.

Mówca wskazuje na strategię inwestycyjną własnej firmy, która różni się od strategii konkurencyjnej firmy X, obie jednak planują podobną drogę rozwoju.

3.

„Firma X zwalnia ludzi, my natomiast chcemy zatrudniać, chcemy dawać ludziom pracę”.

Mówca przeciwstawia działania firmy X, które ocenia jako naganne, strategii własnej firmy.

Weźmy taki oto zasłyszany w mediach fragment wypowiedzi opartej na przykładzie nierównego podobieństwa, którego autor lansuje tezę, iż w naszym kraju obywatele nie są równi wobec prawa.

Skoro wymaga się od zwykłych obywateli, aby przestrzegali przepisów dotyczących parkowania i nie stawiali aut w miejscach przeznaczonych dla inwalidów, to tym bardziej powinno się wymagać tych reguł od posłów i urzędników państwowych. Zwykły obywatel otrzymałby mandat za złe parkowanie. Dlatego tym bardziej powinno się ukarać posła, który ma być wzorem przestrzegania prawa.

Jest to tzw. argument a fortiori (z silniejszego, ze wzmocnienia), oparty na określonej hierarchii ważności w obrębie porównywanych elementów zbioru.

Przykład może służyć do tego, aby uzasadnić jakąś regułę, w sposób indukcyjny, ale może być także przykładem ilustrującym tę regułę. Niniejszy tekst pozbawiony przykładów wymagałby od odbiorców nieporównanie większego wysiłku intelektualnego, jeśli w ogóle nie zostałyby porzucony w połowie, właśnie z powodu braku tego niezbędnego waloru eksplikacyjnego, jaki (w co autorka wierzy) zapewniają mu przykłady ilustrujące, unaoczniające przywoływane przepisy retoryczne. Przykład ilustrujący ma przede wszystkim oddziaływać na wyobraźnię odbiorcy, utrwałać w pamięci przywołaną regułę.

Innym sposobem rozumowania indukcyjnego jest analogia (gr. analogos – odpowiedni, stosowny, proporcjonalny). Sięgnijmy do początku tego tekstu, do cytatu z Gorgiasza, w którym mowa jest o tym, że retoryką należy posługiwać się „jak wszystkimi sztukami służącymi walce”. To analogia. Gorgiasz, a za nim pisząca te słowa, zestawili retorykę ze sztuką walki, wskazując na podobieństwo pewnych aspektów obu heteronomicznych dziedzin. Analogia pomaga wyjaśnić zjawisko mniej znane dzięki zestawieniu go z lepiej znanym odbiorcy. Należy jednak pamiętać, że zestawienie analogiczne ukazuje podobieństwo jedynie między pewnymi aspektami zjawisk. Niebezpieczeństwo użycia analogii polega na tym, że odbiorca może nie dostrzec sugerowanej przez mówcę aspektowości bądź też skupić się na innym obszarze podobieństwa, którego nadawca komunikatu nie brał pod uwagę.

Argumentowanie ma przypisane miejsce w strukturze mowy. Nie znaczy to jednak, że jest to porządek obowiązujący we wszystkich rodzajach wymowy. Elementy argumentacji mogą się pojawiać w różnych miejscach. Według Arystotelesa w mowie konieczne są tylko dwie części:

przedstawienie tezy, której zamierzamy bronić, i udowodnienie tej tezy. Przypomnijmy, że inventio dzielono tradycyjnie na prooemium, czyli wstęp, narratio, czyli opowiadanie, probatio (argumentatio), czyli dowodzenie, refutatio, czyli odparcie zarzutów, i na koniec peroratio, czyli zakończenie.

Zadaniem wstępu jest przychylnie nastawienie słuchaczy do mówcy i do mających się pojawić argumentów, tzw. captatio benevolentiae. Narratio z kolei służy przedstawieniu zdarzeń i występuje wówczas, kiedy przeszłe zdarzenia nie są znane odbiorcom lub kiedy mówca chce uobecnić fakty, przedstawić ciąg przyczynowo-skutkowy, przedstawić je z perspektywy tezy, którą będzie lansował. Szczególne znaczenie opowiadanie posiada w rodzaju sądowym i popisowym. W mowie doradczej bywa niekiedy pomijane, jeśli przeszłe zdarzenia są odbiorcom dobrze znane i wielokrotnie były dyskutowane. Należy jednak pamiętać, że poza aspektem informacyjnym, eksplikacyjnym, opowiadanie, czy to w formie anegdoty czy dowcipu, czy exemplum posiada kapitalne walory mnemoniczne. Pozostając w pamięci odbiorców na zasadzie asocjacyjnej, utrwała lansowaną w argumentacji tezę. Wreszcie część główna mowy, czyli argumentacja i odpieranie zarzutów. Efektywność argumentacji, a więc i całej mowy, zależy w dużej mierze od rozplanowania siły argumentów. O ile w czysto formalnym dowodzeniu kolejność argumentów jest bez znaczenia, o tyle w argumentacji retorycznej istotny jest porządek przedstawienia dowodów. Wpływa to bowiem na warunki ich akceptacji przez audytorium.

Przyjmuje się, że istnieją następujące porządki argumentacji:

1. porządek wzrastający, przedstawienie argumentów od najsłabszych do najmocniejszych;
2. porządek opadający, przedstawienie argumentów od najmocniejszych do najsłabszych;
3. porządek liniowy, przedstawienie kilku wybranych mocnych argumentów z pominięciem tych, które są mniej ważne czy dobrze już odbiorcom znane;
4. porządek nestoriański, zaczynamy i kończymy argumentami mocnymi, w środku umieszczając te mniej nośne perswazyjnie.

Teoretycznie najkorzystniejszy jest układ czwarty. Argumenty silne formułowane są wówczas, gdy percepcja słuchaczy jest największa.

Pamiętać jednak należy przede wszystkim o tym, że każdy argument jest silny bądź słaby ze względu na jego możliwości akceptacji przez audytorium. Jeśli więc mówca występuje w sytuacji, kiedy audytorium zostały już przedstawione tezy przeciwnika, powinien ustosunkować się do tych tez polemicznie, zanim przedłoży swoje racje. Oczyszcza w ten sposób pole dla swojej argumentacji. Jeśli natomiast występuje jako pierwszy, powinien kontrować przyszłe argumenty przeciwnika (refutatio) po przedłożeniu swoich. Odbiera tym samym efekt świeżości argumentacji oponenta.

Każda argumentacja musi zostać przygotowana po uprzedniej selekcji faktów, opinii, wyboru stylu ich opisywania. Twierdzenie na pozór bezstronne ujawnia swoją tendencyjność, kiedy zderzymy je z innym, przedstawiającym odmienny punkt widzenia. Należy więc zadbać o to, aby wnioski były jasne i pozbawione wieloznaczności, aby w rozumowaniu nie pojawiły się luki czy sprzeczności. Każde uchybienie w tej kwestii może być wykorzystane w argumentacji przeciwnika. Mówca stosujący porządek liniowy z reguły stawia na dwa, trzy mocne argumenty, pomijając te, które mogłyby zostać łatwiej zakwestionowane przez oponenta.

Efektywności argumentacji nie da się ocenić w oderwaniu od audytorium, do którego jest skierowana. Siła argumentu zależy od akceptowalności przesłanek, na jakich się opiera, a także od możliwości wykazania jego fałszywości. Słabszą siłę perswazyjną ma argument banalny, wielokrotnie powtarzany i dobrze znany audytorium, niż argument nowy, oryginalny. Można osłabić znaczenie argumentu przeciwnika, demaskując np. jego sofistyczny charakter, lub też wykorzystać siłę argumentu przeciwnika, aby odwrócić kierunek dowodzenia i tym samym wzmocnić swoją argumentację.

Istotne znaczenie dla układu i doboru argumentów ma wybór określonego wariantu przedstawiania wypowiedzi. Istnieją dwa sposoby porządkowania struktury przekazu z uwagi na relację argumentów do wysuwanych tez i żądań. Pierwszy polega na tym, że najpierw formułowana jest propozycja uznania określonej tezy, następnie przedstawia się samą tezę i wreszcie przytacza się argumenty, które dowodzą słuszności akceptacji tej tezy. To wariant typowy dla retoryki sądowej. Drugi ze sposobów polega na tym, że najpierw przedstawia się

argumenty, później zaś formułuje się propozycję przyjęcia określonej tezy. Ten sposób wykorzystywany jest częściej w mowach doradczych, negocjacjach, dyskusjach (Jabłońska-Bonca 2003: 128–129). Porządkowanie i przedstawianie tez do akceptacji może być ujęte dwojako:

1. tzw. foot-in-the-door („stopa w drzwi”);
2. tzw. door-in-the-face („drzwiami w twarz”).

Pierwszy sposób polega na rozpoczynaniu wypowiedzi od tez mniej ważnych, które łatwiej mogą być przez odbiorców zaakceptowane i stopniowym przechodzeniu do tych najważniejszych. Najczęściej stosuje się wówczas w argumentacji porządek wzrastający.

Jeśli uda się pozyskać zaangażowanie odbiorcy, wówczas, korzystając z zasady konsekwencji, można krok po kroku formułować kolejne propozycje, których akceptacja ma być konsekwencją przyjęcia tez wcześniejszych.

Drugi sposób polega na tym, że zaczynamy od tezy najważniejszej i jeśli uda się do niej przekonać odbiorców, przedstawiamy te mniej istotne, licząc na to, że tym bardziej powinny zostać zaakceptowane. W tego typu taktyce przyjmuje się zazwyczaj w argumentacji porządek opadający.

Wyselekcjonowane i uporządkowane argumenty wymagają właściwego wyrażenia w słowach. Retoryczny dyskurs powinien zadośćuczynić trzem zasadom: *docere, movere, delectare*. Ma być poprawny logicznie, poruszać emocje odbiorców i zadowalać ich gusta estetyczne. Retoryka według Francisca Bacona jest sztuką „zastosowania rozumu do wyobraźni w celu łatwiejszego kierowania wolą”. W tej definicji zawarte zostały owe trzy zasady retoryczne. Mówca ma do dyspozycji cały wachlarz tropów i figur retorycznych, które umiejętnie wprowadzone w tok dyskursu wpływają na poruszenie wyobraźni odbiorców, a w efekcie na zwiększenie możliwości akceptacji argumentów. Abstrakcyjne idee łatwiej trafią do odbiorców, jeśli zostaną przekazane w sposób obrazowy.

Weźmy przykład z exposé premiera Marcinkiewicza:

Polacy pilnie potrzebują państwa, które nie będzie stolikiem do brydza dla partii rozgrywanych między politykami, ludźmi biznesu, aktualnymi i byłymi funkcjonariuszami służb specjalnych

i pospolitymi gangsterami. Mój rząd zamierza wyciągnąć państwo polskie z tego czworokąta bermudzkiego, w którym zanikają interes publiczny i dobro wspólne. Tylko pod tym warunkiem będzie ono mogło stać się uczciwe i sprawne w działaniu. (<http://ks.sejm.gov.pl:8009/kad5/002/50022002.htm>)

Mówca, chcąc zobrazować zły stan państwa i konieczność jego naprawy, odwołuje się do częstego w mowach politycznych toposu ojczyzny w niebezpieczeństwie. Odbiorcy znają go w różnych wariantach, np. topos ojczyzny matki, ojczyzny okrętu na wzburzonym morzu, ojczyzny jako wozu staczającego się w przepaść, ojczyzny – czerwonego sukna rozdieranego przez ambitnych i żądnych władzy prominentów. W przywołanym przykładzie mówca, odwołując się do idei emendacyjnych, modyfikuje obrazowość tego toposu (stolik do brydża, czworokąt bermudzki), co czyni jego wypowiedź mniej patetyczną, przydaje jej świeżości. Obraz okrętu bowiem, czy innego wehikułu, który potrzebuje dobrego sternika, jest zbyt wyraźnie utrwalony w wyobraźni odbiorcy, by mógł poruszyć nowe skojarzenia, wywołać nowe idee.

Posługując się przykładami, porównaniami, wykorzystując metafory, analogie, czy krótkie narracje, mówca może uobecnić w świadomości słuchaczy przedmiot perswazji. Obecność oddziałuje bezpośrednio na naszą wrażliwość. Jeśli np. polityk mówi, że przeprowadzenie reformy służby zdrowia, której jest przeciwny, będzie kosztowało budżet państwa trzy miliardy czterdzieści milionów złotych, osiągnie mniejszy efekt perswazyjny, niż gdyby powiedział, iż proponowana reforma spowoduje, że z portfela każdego obywatela zabrane zostanie osiemset złotych. Wyobrażenia odbiorcy znacznie łatwiej zareaguje na słowo „portfel” i „osiemset złotych”, niż abstrakcyjne „budżet” i równie abstrakcyjne, bo przez niewielu doświadczone naocznie, trzy miliardy.

Jednostkowy przykład człowieka zmagającego się z zimnem i głodem na dworcu kolejowym pozwoli łatwiej zrozumieć problem bezdomności, niż statystyki, w których podaje się skalę tego zjawiska.

Retoryka kodyfikuje rozmaite sposoby uobecniania zdarzeń. Wyakcentowanie pewnych zjawisk, zależności, mających poruszyć wyobraźnię odbiorców, osiągnane jest dzięki technikom amplifikacji, powtórzeniom, gromadzeniom detali, przywoływaniu porównań służących

wyolbrzymianiu, powiększaniu tematu perswazji lub, przeciwnie, jego pomniejszeniu. Jednym ze sposobów takiego uobecniania jest figura hipotyposis, której wykorzystanie angażuje emocje obydwu stron procesu komunikacyjnego. Efekt zastosowania tej figury polega na tym, że odbiorca ma wrażenie, jakby opisywane wydarzenia działały się na jego oczach. Szczególnie przydatna w rodzaju sądowym, uobecnia w świadomości słuchaczy fakty, zdarzenia, które mają być ocenione. Zacytujmy fragment „Mowy adwokata Mieczysława Jarosza”:

Schwycił list i zaczął go czytać. Jak wiemy, scenę tę obserwowało kilku świadków. Zgodnie zeznali, iż w tejże chwili Wesołowski zmienił się na twarzy, ręce trzęsły mu się tak, że świadkowi Janinie Bombińskiej niepodobnym się wydało, by mógł cokolwiek odczytać. Nagle dobył rewolweru, który stale nosił z sobą i zaczął strzelać do żony. Zerwała się z miejsca – Wesołowski wodził za nią lufą rewolweru i strzelał. Padło siedem strzałów – niektóre ugodziły w ściany pokoju. Z jakąś pasją niepohamowaną strzelał. W końcu rzucił się na żonę, lecz w tym momencie zdołano go rozbroić. Groził, rzucał się jeszcze – a po chwili popadł w zupełne odrętwienie. Taką była wigilia Wesołowskich w roku 1922. (Korolko 2001: 165)

Cytowany fragment z punktu widzenia teorii kompozycji mowy określimy jako narratio. Mówca w sposób sugestywny odmalował wydarzenia, posługując się dużą liczbą czasowników zdynamizował obraz. Znakomicie oddał dramatyzm opisywanej sytuacji, po to by stworzyć podstawę do argumentacji dotyczącej zmiany kwalifikacji czynu (zbrodnia w afekcie), a w konsekwencji do wnioskania o złagodzenie wyroku.

Ważną rzeczą w argumentacji jest to, aby mówca dbał o dobitność i komunikatywność wypowiedzi. Oprócz technik pronuncjacyjnych (odpowiedni sposób zachowania, barwa głosu, tonacja wypowiedzi, gestykulacja) mówca ma do dyspozycji np. powtórzenia czy wzmocnienia. Weźmy fragment z Cycerona:

Co za czasy, co za obyczaje! Wie o tym senat, konsul to widzi, a ten – żyje. Żyje? Ba, toż nawet do senatu przychodzi, bierze udział

w publicznych naradach, wypatruje i każdego z nas wzrokiem na rzeź przeznaczają. (Cyceron 1960: 45)

Mamy tu przykład *correctio*, figury, która wzmacnia dobitność wypowiedzi poprzez pozorne unieważnienie czy wycofanie się z wcześniejszego zdania. Ów gest wycofania jest sposobem na zwrócenie uwagi na treść, którą chce się sprostować. Podobnie na udobitnienie wypowiedzi wpływają powtórzenia. Oto fragment wystąpienia Adama Michnika przed sejmową Komisją Śledczą wyjaśniającą aferę Rywina.

I wierzę głęboko, że szanowna komisja spowoduje, że uzyskamy odpowiedź na pytanie, czy w tej sprawie wygra Polska skorumpowana albo taka, która daje przyzwolenie na korupcję, czy też wygra Polska, która korupcję chce demaskować, demaskuje i będzie demaskować, Polska czystych rąk. To takiej Polski potrzebujemy. (www.rzeczpospolita.pl/a/rz/2003.../)

Zwróćmy uwagę na wielokrotne powtórzenia w tym krótkim fragmencie słów „korupcja”, „demaskować”, „Polska” w różnych wariantach fleksyjnych, słów dla tego wystąpienia kluczowych. Decydują o sile tej argumentacji opartej na topice z przeciwieństwa i przeciwieństwo to w sposób wyrazisty wykazują.

Zagadnienia roli tropów i figur retorycznych w komunikacji perswazyjnej omówione zostały w rozdziale poświęconym temu tematowi, dlatego w tym miejscu ograniczamy się tylko do skrótowego zasygnalizowania ich znaczenia w argumentowaniu.

Biorąc pod uwagę kryterium treściowego związku argumentacji z tezą, wyróżnić należy argumenty rzeczowe, zwane inaczej merytorycznymi, centralnymi, *ad rem*, *ad veritatem*, i argumenty nierzeczowe, zwane pozamerytorycznymi, peryferyjnymi, emocjonalnymi. Rolą pierwszych jest wykazanie prawdziwości przedstawianej tezy na podstawie ustalonego kryterium prawdy akceptowanego przez uczestników komunikacji. Argumentacja centralna jest intersubiektywnie sprawdzalna, odpersonalizowana i odwołuje się do zdolności logicznego rozumowania odbiorców. Argumentacja peryferyjna zaś odwołuje się do emocji, polega

na użyciu werbalnych i niewerbalnych środków perswazji, które nie mają merytorycznego związku z tezą, ale wspierają żądanie uznania tezy.

Wśród argumentów pozamerytorycznych wyróżnia się takie, które, przywołując znaną już metaforę retoryki jako sztuki walki, nazwalibyśmy „chwytami poniżej pasa”. Kodyfikuje je Arystoteles w O dowodach sofistycznych, w Topikach, Maximos O zarzutach trudnych do odparcia, Cyceon w De inventione. Zbiór sztuczek polemicznych przedstawił Artur Schopenhauer w Erystyce, książeczce, która powstała na początku XIX wieku, w ostatnim czasie wielokrotnie wznawiana, cieszy się dużym zainteresowaniem adeptów sztuki wymowy. Atrakcyjność erystyki (gr. eristyke, od eris – kłótnia, spór) bierze się z przekonania, że jest ona w stanie zapewnić w krótkim czasie (to ważne zastrzeżenie) sukces w dyskusji, polemice. Erystyka ponadto niesłychanie dobrze czuje się w mediach. Z wielogodzinnych debat politycznych odbiorcy otrzymują często przekaz w postaci potyczki słownej, gdzie padają argumenty o dużej sile emocjonalnej.

Przeanalizujemy niektóre z 38 „sposobów” erystycznej argumentacji.

Jednym z nich jest dowodzenie o charakterze błędnego koła, tzw. petitio principii. Mówcy stosują je wówczas, gdy nie zdołali sobie uprzednio zapewnić poparcia dla przesłanek, z których budują argumentację. Zakładają więc w punkcie wyjścia tezę, która dopiero ma być dowiedziona. Służą temu często zmiana nazwy, posługiwanie się homonimami dla zatarcia tożsamości przesłanki i wniosku, np:

Wojny są nieuniknioną koniecznością dziejową, bowiem w naturę ludzką wpisana jest walka.

Nasza firma ma świetne wyniki finansowe, ponieważ jesteśmy firmą bogatą, dlatego warto nam zaufać.

Częstym grzechem debat politycznych jest posługiwanie się argumentacją ad personam, czyli stosowanie osobistych przytyków, zamiast rzeczowej argumentacji. Ataki personalne mogą mieć formę subtelnych uwag, drobnych uszczypliwości, lub przeciwnie, co w swojej erystyce usankcjonował Schopenhauer, brutalnych, grubiańskich napaści na oponenta. Oto kilka przykładów.

Trudno mi dyskutować o zaletach życia małżeńskiego z kimś, kto nie miał jeszcze szansy spróbować życia w związku.

Jest to argument skierowany do osoby, ocena partnera dyskusji.
Nieco mocniejszy, z przemówienia premiera Belki w sejmie:

Pan, panie Giertych, się nie zna na gospodarce i niech pan się w ogóle na ten temat nie wypowiada, bo to żal.

Czy wreszcie osławione już zdanie Leszka Millera: „Pan jest zerem, panie Ziobro”.

Argumenty tego rodzaju pojawiają się najczęściej wówczas, gdy mówcy brakuje dowodów racjonalnych, opartych na rzetelnej analizie materiału. I bywa, że tak jak w walce na pięści, oceniane są przez sędziów, czyli publiczność przysłuchującą się takiej debacie, negatywnie, jako przejaw braku panowania nad emocjami, ale także jako brak rzetelności w dowodzeniu. Cóż z tego, że przeciwnik w walce został znokautowany takim ciosem, kiedy sędziowie dyskwalifikują nieuczciwego gracza, odmawiając mu miana zwycięzcy.

Efektownym zabiegiem polemicznym bywa retorsio argumenti, czyli odwrócenie kierunku dowodzenia, inaczej technika bumerangu. Polega on na tym, że wykorzystujemy argument naszego oponenta i wyprowadzamy z użytej przez niego przesłanki inny wniosek, powołując się na inny powszechny sąd. Oto przykład:

Studentów pierwszego roku należy traktować z pobłażaniem, bo dopiero zaczynają swoją edukację na wyższym szczeblu.

Właśnie dlatego, że dopiero zaczynają, należy im pokazać, że studia to nie zabawa i trzeba od nich wymagać więcej od początku.

Technika odwołania się do autorytetu. Autorytetem można uczynić zarówno osobę, którą audytorium poważa, instytucję, opinię publiczną, wynik sondażu, książkę, prestiżowe pismo, słowem wszelką instancję, która będzie stanowić oparcie dla naszych argumentów. Ważne jest, aby przywołany autorytet spełniał warunki kompetencji w dziedzinie, której stanowić ma oparcie. Inaczej bardzo łatwo będzie taką argumentację podważyć lub wskazać autorytet bardziej wiarygodny w określonej

materii. Spójrzmy na wymianę argumentów z telewizyjnej debaty prezydenckiej między Donaldem Tuskiem a Lechem Kaczyńskim.

Donald Tusk:

Jako prezydent chcę zatrzymać radykalne i nie zawsze odpowiedzialne pomysły partii, której właśnie radykalne zapędy mogą wprowadzić chaos w niektórych dziedzinach życia. Ja nieprzypadkowo kilkadziesiąt godzin temu w towarzystwie prof. Religi przestrzegalem przed np. zapowiedziami i pomysłami PiS, które w sposób radykalny chcą zburzyć resztki logiki i zdrowego rozsądku w służbie zdrowia. Gdyby to była tylko moja opinia, to być może nie musielibyście się państwo obawiać, ale to jest opinia człowieka, do którego ja mam naprawdę zaufanie i Polacy też, do prof. Religi, jeśli chodzi o zdrowie. Mam do niego na pewno większe zaufanie, niż do polityków z PiS-u, którzy przy polskim zdrowiu chcą w sposób nieodpowiedzialny działać. I dlatego mówię o tym też jako obywatel.

Jarosław Kaczyński:

Ja bym chciał, żebyśmy porozmawiali merytorycznie (i tu uzasadnienie merytoryczne).

To, że ktoś jest wybitnym kardiochirurgiem, panie Donaldzie, to nie oznacza, że on jest wybitnym organizatorem służby zdrowia. I muszę panu powiedzieć, że akurat w przeciwieństwie do pana, mam wieloletnie doświadczenie akademickie i świetnie wiem, że znakomity teoretyk prawa, wcale nie musi być dobrym adwokatem. Bardzo często jest adwokatem słabym. Więc ten argument, który pan wysunął, jest argumentem w najwyższym stopniu demagogicznym, przy całym szacunku dla kardiochirurgicznych, powtarzam, kardiochirurgicznych, osiągnąć prof. Religi.

(debata z dn. 21.10.2005 r. przeprowadzona w 1 pr. TVP)
(www.itvp.pl/prezydent_dla_polski/i.tvp/)

Mamy tu przykład świetnej riposty:

1. rozpoznanie i zdystansowanie się do argumentacji nierzeczowej,
2. powrót na płaszczyznę merytoryczną,

3. odpowiedź na argument erystyczny z zachowaniem szacunku dla poważanego przez audytorium autorytetu.

Wymieńmy jeszcze niektóre ze szczególnie widowiskowych forteli polemicznych[9].

Do nieuczciwych technik polemicznych należą np.: rozłóżczenie przeciwnika, aby doprowadzić go do błędu (sposób 8), stosowanie paradoksów, aby zdezorientować przeciwnika i doprowadzić jego dowodzenie do absurdu (sposób 15), wyszukiwanie wieloznaczności (sposób 17), celowa zmiana tematu (sposób 18 i 19), odparcie przesadnego twierdzenia przeciwnika w sposób dający wrażenie, że odparło się główną jego tezę (sposób 23), fabrykowanie konsekwencji, czyli wyprowadzanie sztucznie przez fałszywe wnioskowanie i przekręcanie pojęć twierdzeń, które wcale nie były zawarte w wypowiedzi oponenta, ani nie zamierzał ich wyprowadzać (sposób 24), obalenie twierdzenia przeciwnika poprzez podanie jednego przypadku niezgodnego z nim (sposób 25), powracanie uporczywe do drażliwej dla oponenta kwestii (sposób 27), metoda ironicznej niekompetencji, kiedy sprawiamy wrażenie, jakoby wnioskowanie przeciwnika przekraczało naszą zdolność percepcji (sposób 31), tendencyjne uogólnianie twierdzeń przeciwnika, nadawanie im pejoratywnych określeń (sposób 32), zarzut nieprzystawalności teorii głoszonej przez oponenta do praktyki (sposób 33), potok bezsensownych słów w celu oszołomienia przeciwnika (sposób 35).

Erystyczne techniki argumentacyjne, jakkolwiek wydają się atrakcyjne medialnie, nie prowadzą do rozstrzygnięć merytorycznych, utrudniają osiągnięcie porozumienia między partnerami komunikacji. Odpowiedzią na argument erystyczny może być albo inny argument erystyczny, albo zdemaskowanie nieuczciwego chwytu i sprowadzenie rozmówcy do poziomu dyskusji rzeczowej. Wybór odpowiedniej opcji zależy od celu, jaki stawiamy przed sobą, od tego, jak chcemy być postrzegani przez partnera rozmowy czy przez audytorium, od tego, czy celem komunikacji będzie narzucenie swojej woli i swojego stanowiska partnerowi, czy też osiągnięcie kompromisu argumentacyjnego.

Na koniec powróćmy do myśli Gorgiasza. Agoniczność retorycznego dyskursu, którego kością jest argumentacja, implikuje zasadę fair play. Wykraczanie poza reguły uczciwego współzawodnictwa, rzeczowej

argumentacji rodzi poczucie dyskomfortu komunikacyjnego, co w konsekwencji oddala priorytetowy cel komunikacji, czyli consensus.

Elżbieta Dutka

Kompozycja jako problem (nie tylko) retoryczny

Nie wystarczy przecież wiedzieć, co należy mówić, ale trzeba też umieć to w należyty sposób wyrażać, ponieważ od tej właśnie umiejętności w dużym stopniu zależy wrażenie, jakie odnosimy na temat charakteru i wartości mowy.

(Arystoteles 1988: 236)

Uwagę tę zamieścił Stagiryta w trzeciej (poświęconej w całości stylowi i kompozycji mowy) księdze Retoryki. Zagadnienia związane z kompozycją wypowiedzi przykuwały i wciąż przykuwają uwagę nie tylko teoretyków, ale także praktyków. O znaczeniu i aktualności słów Arystotelesa przekonują się zarówno dziennikarze, prawnicy, politycy, jak i inni użytkownicy języka. Nawet w powszednich sytuacjach bardzo często decydującą rolę odgrywa sposób, w jaki skomponujemy wypowiedź, czyli wyrazimy nasze myśli lub przedstawimy zajmowane przez nas stanowisko. Kompozycja posiada przede wszystkim wymiar praktyczny. Dzięki przestrzeganiu jej zasad wypowiedź zyskuje jasność, przejrzystość, a także kształt estetyczny, ułatwiający zrozumienie, wzruszenie, zachwycenie mową. Natomiast naruszenie reguł zazwyczaj utrudnia komunikację, ale może także wprowadzić efekt zaskoczenia, przyciągnąć uwagę czytelnika, sprawić, że tekst zapadnie w pamięć, wywoła wrażenie estetyczne itp. Sztuką jest takie przygotowanie, wprowadzenie i rozwinięcie elementów wypowiedzi, które pozwala osiągnąć zamierzony cel. Kompozycja wiąże się zatem z refleksją na temat mechanizmów tworzenia i odbioru tekstów, „mówi” zarówno o nadawcy, jak i o adresacie oraz o związanych z wypowiedzią oczekiwaniach i założeniach.

Słowo „kompozycja” należy do grupy terminów, których znaczenie wydaje się jasne i oczywiste. Jednak próba zdefiniowania (tak dobrze

zadomowionego zarówno w codziennym języku, jak i w dyskursie naukowym) wyrazu okazuje się zadaniem niełatwym. Sensy potoczne, a także odmienne znaczenia w różnych dyscyplinach, pomagają zrozumieć, ale także czasami zaciemniają, istotę opisywanego zjawiska. Ze względu na rozległość tematu, znacznie przekraczającą ramy tej pracy, w tym miejscu pragnę jedynie zarysować wybrane problemy związane z kompozycją. Za punkt wyjścia przyjęłam ustalenia wypracowane w retoryce (w związku z tym najwięcej uwagi poświęcam porządkowi naturalnemu i sztucznemu oraz układowi części mowy), ale pragnę również spojrzeć na to zagadnienie z perspektywy koncepcji językoznawczych i literaturoznawczych oraz zasygnalizuję refleksję na temat kompozycji jako terenu „powinowactwa sztuk”. Przywoływane przeze mnie przykłady różnych rozwiązań kompozycyjnych pochodzą zarówno z „klasycznych” tekstów retorycznych, jak i nowszych prac naukowych, publicystycznych oraz utworów literackich.

I. Kompozycja w świetle retoryki

Niełatwo określić miejsce i status kompozycji w obrębie retoryki, gdyż zarówno w tekstach dawnych, jak i w rozprawach współczesnych badaczy, pojawiają się różne opinie na ten temat. W Retoryce Arystotelesa problem układu mowy jest związany z dyspozycją. Natomiast w dwudziestowiecznej summie retorycznej – dziele Heinricha Lausberga częściami mowy zajmuje się inwencja, do dyspozycji przynależą porządki mowy (2002: 154), a termin „kompozycja” rezerwuje badacz dla „syntaktycznego ukształtowania ciągu zdaniowego” (tamże: 493). Kompozycja jest też zaliczana do innych części retoryki – na przykład Krzysztof Obremski, wymieniając działy teorii retorycznej, włącza kompozycję wypowiedzi do elokucji – „nauki o wysłowieniu”, obejmującej także: rodzaje stylów, naukę o tropach i figurach, rytm prozy, teorię periodu (Obremski 2004: 26). Najczęściej jednak kompozycja jest umieszczana w obrębie dyspozycji lub inwencji (zob. Dubisz 1997: 434, Korolko 1990: 78–94, Szymanek 2001: 170–176). Wynika to z faktu, że kompozycja obejmuje refleksję nie tylko na temat sposobów porządkowania argumentów, ale przede wszystkim zajmuje się

„zagadnieniami konstrukcji wypowiedzi z punktu widzenia jej komunikatywności, perswazyjnej skuteczności oraz walorów estetycznych” (Szymanek 2001: 171). Trudności z ustaleniem miejsca kompozycji w retoryce wiążą się z rozbieżnościami w pojmowaniu przedmiotu i zakresu poszczególnych części sztuki wymowy – Jerzy Ziomek zauważa, że:

Różnica między inwencją a dyspozycją jest na pozór prosta. Inwencja jest nauką o zbieraniu argumentów i przykładów, które powinny być użyte w mowie, ale zarazem nauka ta wskazuje miejsce (część) mowy, do którego odnosi się to zalecenie. Tak zatem już na poziomie inwencji otrzymujemy informacje co do konstrukcji dzieła oratorskiego, skutkiem czego retoryka na temat dyspozycji nie tak wiele ma do powiedzenia, mimo że w praktyce zmiana porządku jest jednym ze skuteczniejszych środków uzyskiwania pożądanego efektu, nie mówiąc o tym, że problematyka dyspozycji z retoryki przedostała się do współczesnej teorii literatury, zwłaszcza teorii gatunków narracyjnych. (Ziomek 2000: 115)

W związku z powyższym autor Retoryki opisowej inwencję i dyspozycję omawia łącznie, w obrębie tych części sytuując problemy związane z kompozycją. Podobne stanowisko zajmuje Jakub Lichański, włączając układ mowy w skład inwencji, a kolejność przedstawiania argumentów i wybór sposobu układu tekstu do dyspozycji (Lichański 1998: 327). Można zatem odnieść wrażenie, że status dyspozycji (a pośrednio także kompozycji) jest nieco paradoksalny. Z jednej strony, nie stanowi ona najważniejszego obiektu zainteresowania retoryki, z drugiej jednak, w znacznej mierze dzięki niej „sztuka przekonywania za pomocą słów” odgrywa tak dużą rolę współcześnie (Rusinek 2003: 11)[\[10\]](#). Kompozycja była ważna nie tylko dla oratorów w dobie rozkwitu retoryki, ale posiada także niebagatelne znaczenie dziś (na przykład w tekstach reklamowych, wypowiedziach o charakterze publicystycznym, artystycznym oraz w szeroko rozumianej komunikacji społecznej). Wpływa na to niewątpliwie fakt, że kompozycja jest ściśle powiązana z celem wypowiedzi:

Organizacja wypowiedzi perswazyjnej – tak mówionej, jak pisanej – wpływa na jej efektywność. Tekst perswazyjny nie powinien stanowić luźnego, nieuporządkowanego wyliczenia argumentów. Wybór i kolejność przedstawianych treści, myśli i argumentów, odpowiedni układ i porządek wprowadzania kolejnych elementów oraz ich dostosowanie do okoliczności, zwłaszcza: rodzaju audytorium i jego poziomu intelektualnego, nastawienia do mówcy (autora tekstu) oraz do proponowanych tez, wiedzy na temat przedmiotu argumentacji itp., są czynnikami wpływającymi na skuteczność perswazji. (Szymanek 2001: 171)

Refleksje na temat kompozycji zazwyczaj obejmują obok stwierdzeń na temat układu części mowy lub dzieła także ogólny zamysł, wybór najważniejszej ramy dla myśli[11]. Konieczne jest także spojrzenie na mowę/utwór jako na całość (Ziomek 2000: 119). Podstawową cechą tekstu o przemyślanej kompozycji jest jego spójność. Problemem tym zajmuje się stosunkowo nowa dziedzina badań zwana teorią tekstu (a bardziej szczegółowo: teorią spójności tekstu). Językoznawcy wyróżniają trzy typy spójności. Pierwszy, który ma swoje wykładniki w warstwie gramatycznej i leksykalnej tekstu, jest nazywany spójnością strukturalną. Tekst może być spójny wówczas, gdy istnieje więź pomiędzy kolejnymi zdaniami. Sposobem na uzyskiwanie strukturalnej spójności jest stosowanie bardziej lub mniej dokładnych powtórzeń leksykalnych w sąsiadujących zdaniach, nawiązywanie do wcześniejszych zdań przez użycie pokrewnych wyrazów, odpowiednich zaimków itp.[12]. Istnienie formalnych wykładników spójnościowych jednak nie przesądza jeszcze o spójności całej wypowiedzi. Warunkiem koniecznym spójności wypowiedzi wielozdaniowej jest jej jedność tematyczna. W tym przypadku mówimy o spójności semantycznej, która polega na tym, że każde kolejne zdanie musi zawierać jakąś minimalną choćby informację znaną ze zdań poprzednich. Pomędzy poszczególnymi częściami wypowiedzi zachodzą zatem różne relacje treściowe (np. wynikania, wyliczenia, uszczegółowienia treści, wnioskowania) (Wolańska 2003: 122). Tekst może być spójny nawet wówczas, gdy brak jakichkolwiek językowych i treściowych wykładników spójności, ale wspólna jest sytuacja komunikacyjna i wiedza o świecie uczestników aktu komunikacji.

W takim przypadku mówimy o spójności pragmatycznej (tamże: 124). Jednak, jak zauważa jeden z badaczy, między językową a retoryczną spójnością tekstu zachodzi istotna różnica, która polega na tym, że struktura retoryczna nie wynika w sposób automatyczny z językowej, lecz stanowi jej gruntowną rewaloryzację, strukturę retoryczną „wprowadza się do tekstu werbalnego z zewnątrz jako dodatkowe uporządkowanie” (Lotman 1985: 318).

W klasycznej retoryce podstawowym rodzajem sztuki kompozycji był porządek naturalny (*ordo naturalis*), który oznaczał zgodność następstwa poszczególnych elementów mowy z naturalnym tokiem wypowiedzi, uwzględnianie porządku przyczynowo-skutkowego, bądź stosowanie odpowiedniego układu mowy. Adeptom sztuki retorycznej wskazywano przede wszystkim rodzaje chwytów i argumentów, które pomogą pokonać przeciwnika lub pozyskać sympatię sędziów. Powstały w ten sposób gotowe schematy poszczególnych części mowy, które należało wypełnić odpowiednią treścią. Krytycznie do tej tradycji odniósł się Platon w *Fajdrose*, a także Arystoteles. Autor *Retoryki* zapoczątkował w swoim traktacie odmienny sposób myślenia o kompozycji, podważał sensowność tradycyjnych podziałów, pisząc, że wystarczyłoby wyróżnienie w mowie dwu części: przedstawienia sprawy i jej udokumentowania. Jednak w kolejnych rozdziałach Arystoteles analizuje kompozycyjne części mowy według odpowiadającego praktyce oratorskiej podziału, uwzględniając prolog, odparcie zarzutów, przedstawienie sprawy, argumentowanie, zadawanie pytań i epilog. Współcześnie za najbardziej przejrzysty uznawany jest podział zaproponowany przez Kwintyliana, który odnosi się przede wszystkim do mów sądowych, jednak jest na tyle uniwersalny, że można go adaptować także do innych rodzajów wypowiedzi. Wspominany układ obejmuje pięć części:

1. wstęp (*exordium*),
2. opowiadanie (przedstawienie przedmiotu sprawy – *narratio*),
3. argumentowanie (uzasadnienie, dowodowe poparcie swoich racji – *probatio*),
4. zbijanie zarzutów (odparcie zarzutów strony przeciwnej – *refutatio*),
5. zakończenie (*peroratio*).

Dawniej ten układ był obowiązkowy, obecnie jest raczej tylko punktem odniesienia, ważne okazuje się nie tyle ściśle przestrzeganie powyższego

schematu, co świadomość roli i znaczenia poszczególnych części wypowiedzi.

Zanim omówię kolejne części mowy, pragnę zwrócić uwagę na jeszcze jeden element, który z punktu widzenia kompozycji wydaje się niezwykle istotny – tytuł. Zwłaszcza w tekście pisanym zarówno tytuł, jak i pierwsze zdanie mogą spełnić ważną rolę – przyciągnąć uwagę czytelnika i zachęcić do zapoznania się z treścią całości. Dlatego na te elementy zwraca się szczególną uwagę w praktyce dziennikarskiej, ale są one także ważne w pracach naukowych i w tekstach o innym charakterze[13]. Tytuły utworów literackich posiadają często długą i skomplikowaną historię – na przykład nie bez znaczenia dla interpretacji jest fakt, że Mickiewicz swoją epopeję opatrzył tytułem *Pan Tadeusz*, rezygnując z pierwotnej wersji – *Szlachcic* (Piechota 2000: 10–27). Oryginalny tytuł efektownie wprowadza w temat. Taki zabieg zastosowali: Jerzy Paszek i Filip Mazurkiewicz, tytułując książkę poświęconą znanej powieści Gombrowicza *Przeczucie* „*Ferdydurke*” (Paszek, Mazurkiewicz 1998). Gra językowa (wyeksponowana przez zapis) oddaje charakter utworu Gombrowicza, który wyraża bunt przeciw zastałym normom i konwencjom, przeczy narzucanym „gębom”, a zarazem łączy się z przyjętym przez autorów sposobem pisania o tym dziele (dalekim od surowej powagi naukowych wywodów, zaskakującym, intrygującym i zabawnym). Z drugiej strony, tytuł tej książki posiada dużą siłę perswazyjną, nakłania i motywuje do przeczytania powieści Gombrowicza. Funkcja dydaktyczna tytułu w przypadku książki Jerzego Paszka i Filipa Mazurkiewicza jest szczególnie ważna, gdyż adresatami tej publikacji są przede wszystkim uczniowie.

Wstęp jest nie tylko pierwszą, ale często także najważniejszą częścią tekstu. Arystoteles porównuje wstęp do prologu w poemacie i preludium w muzyce. Autor *Retoryki* podkreśla:

Najbardziej podstawowym i właściwym zadaniem wstępu jest więc wytyczenie celu, do którego zmierza mowa. Jeśli zaś cel ten jest oczywisty lub samo przedstawienie sprawy krótkie, nie ma potrzeby stosowania wstępu. (Arystoteles 1988: 277–278)

Często stosowanym chwytem dziennikarskim jest wysuwanie na początek artykułu paradoksu, zestawienia szokujących faktów, soczystej anegdoty lub opisu wstrząsającego wydarzenia (tzw. „hak narracyjny”) (Szymanek 2001: 172). Autor tekstu powinien mieć świadomość, że początek pełni także rolę psychologiczną – może odpowiednio przygotować słuchacza/czytelnika do odbioru tematu (Korolko 1990: 78). Pierwsze wrażenie bywa decydujące zarówno w tekstach publicystycznych, jak i naukowych czy artystycznych. Niekonwencjonalny i pomysłowy wstęp zachęca do przeczytania całego tekstu, przyciąga uwagę, sygnalizuje najważniejsze problemy. Taki jest początek Retoryki opisowej – poprzez kontrast Jerzy Ziomek wyeksponował niebezpieczeństwa związane zarówno z wąskim, jak i zbyt szerokim pojmowaniem retoryki:

Retoryka ma dziś złą opinię: niemal co dzień spotykamy w prasie i w radiu zdania, w których banał i beztreściowość oraz mniej lub bardziej ozdobne gadulstwo określa się mianem: „to tylko retoryka”. Retoryka cieszy się dziś niezwykłą popularnością: rozprawia się z łatwością o „retoryczności” każdego zdania i każdego tekstu, także tekstu nie-językowego, który do czegokolwiek nakłania – tym sposobem „retoryczne” staje się niemal wszystko, niemal każda wypowiedź, z wyjątkiem chyba skrajnie bezinteresownej informacji. (Ziomek 2000: 7)

Natomiast książkę poświęconą Antropologii literatury rozpoczyna intrygujący paralelizm:

Antropologia to nauka o człowieku.

Antropologia to nauka o człowieku i jego kulturze.

Antropologia to nauka o człowieku i jego kulturach.

Antropologia to nauka o ludziach i ich kulturach. (Kosowska 2003: 7)

Powtórzona cztery razy podobna konstrukcja składniowa, która otwiera książkę Ewy Kosowskiej, nie jest tylko wyliczeniem, ale również swego rodzaju katalogiem (każde zdanie stopniowo rozszerza znaczenie antropologii). W ten sposób autorka nie tylko zasygnalizowała temat, ale także lapidarnie przywołała różne sposoby definiowania i myślenia o antropologii, i podkreśliła wagę podejmowanego zagadnienia. Oba

przywołane powyżej niekonwencjonalne wstępy przyciągają uwagę czytelników, a przecież zdobycie zainteresowania i przychylności odbiorców jest jednym z najważniejszych zadań tej części mowy. Cel ten można także osiągnąć przez odpowiednią rekomendację podmiotu retorycznego (autoprezentację), okazanie szacunku słuchaczom, wyrażenie uznania przeciwnikom i podkreślenie wagi tematu. Zdobycie przychylności słuchacza ułatwiają odpowiednie kwalifikacje intelektualne i moralne nadawcy, jego autorytet, pozycja społeczna itp. Nietypowy zabieg zastosował we wstępie do zbioru swoich esejów Leszek Kołakowski. Znany filozof w sposób niebywale otwarty, a także niepozbawiony pewnej dozy dezynwoltury i poczucia humoru, charakteryzuje swoje teksty:

Nie potrafiłbym krótko streścić tego, o czym w tych esejach mowa, a gdybym potrafił, to pewnie nie potrzebowałbym tego wszystkiego pisać. Znaczna większość z nich dotyczy kwestii nie wiecznych, ale raczej doczesnych, przy czym takich, które jak sobie pochlebiam – są ważne. [...] Pochlebiam sobie również, że te teksty nie są uciążliwe w czytaniu, co się po części tym tłumaczy, że wiele z nich, a może i większość, były to w pierwotnej wersji wykłady w różnych miejscach świata, dla różnych publiczności wygłaszane, wykład zaś narzuca własną stylistykę, jeśli wykładowcy zależy na tym, by był to tekst zrozumiały i nie nadmiernie nudny. Nie przychodzi mi do głowy nic, co jeszcze miałbym w tym wstępie napisać. (Kołakowski 1999a: 5–7)

Odnoszę wrażenie, że taki swobodny wstęp w połączeniu z tytułem – *Moje słuszne poglądy na wszystko* (sam autor nazywa go „frywolnym”), jest celowym zabiegiem, który ma „ośmielić” odbiorcę, przekonać go, że książka jest daleka od skomplikowanego wywodu naukowego. We wstępie Kołakowski zarysowuje nie tylko swój sposób myślenia, ale także pośrednio tworzy autoportret cieszącego się olbrzymim uznaniem naukowca, który równocześnie jest dowcipnym i posiadającym dystans do siebie człowiekiem. Podobną funkcję spełnia fotografia zamieszczona na okładce, przedstawiająca roześmianego Kołakowskiego siedzącego na tronie z koroną na głowie. W ten sposób filozof skraca dystans pomiędzy sobą a czytelnikami, zyskuje zainteresowanie i przychylność.

W retoryce wypracowano specjalne toposy wstępu, które służyły zdobywaniu przychylności odbiorcy, np. topos skromności, nowości, zwięzłości, dedykacji. W przewrotny sposób do toposów nakazujących mówić o tym, o czym jeszcze nikt nie mówił, nawiązuje Leszek Kołakowski we wstępie do miniwykładu O sprawie seksu:

Podobno – tak przynajmniej znajomi moi twierdzą – jacyś ludzie już o seksie pisali czy mówili. Możliwe. Ale niech to nas nie zniechęca. (Kołakowski 1999b: 53)

Szczególnie ważne jest okazanie szacunku słuchaczowi. Odbiorca powinien wiedzieć i odczuwać, że mówca go nie lekceważy. Natomiast w dawkowaniu pochlebstw zaleca się daleko idącą stosowność – zbyt dużo pochlebstw podważa naszą wiarygodność. Wstęp spełni swoje funkcje wówczas, gdy będzie dobrze przemyślany, niekonwencjonalny, np. w postaci dowcipu, pytania retorycznego, osobistego wspomnienia, żartobliwej zapowiedzi treści wystąpienia. Niezwykle ważny jest także wybór stosownego rodzaju wstępu. Wstęp zwyczajny odznacza się prostotą myśli i zwykłością środków, dzięki temu wyeksponowany zostanie przede wszystkim przedmiot mowy. Wstęp ujmujący w retoryce zalecano w przypadku podejmowania tematów wymagających specjalnego wprowadzenia. Natomiast uroczysty początek wiąże się z okolicznościami zewnętrznymi – sytuacja wyjątkowa wymaga niekonwencjonalnej oprawy, np. użycia wystylizowanej figury retorycznej. Wstęp nadzwyczajny charakteryzuje się wprowadzeniem niespodziewanego efektu oratorskiego. Każdy wstęp powinien być stosowny, czyli ściśle związany z przedmiotem dyskursu, dobrze gdy stanowi naturalny początek myśli, jest wprowadzeniem do właściwego tematu. Zaletą początku mowy jest także staranność, czyli stosowne zespolenie myśli i słów w przemyślaną całość intelektualną i estetyczną, oraz skromność. Zbytńia pewność siebie mówcy (tak niezbędna na etapie argumentacji) we wstępie nie jest wskazana. Wśród zalet wstępu wymienia się również zwięzłość – jego długość powinna być proporcjonalnie dostosowana do pozostałych części tekstu. Wstęp zbyt rozwlekły oddala od tematu i wystawia na próbę cierpliwość odbiorcy. Trudno określić jednoznacznie zalecane rozmiary wstępu, jednak

zazwyczaj podaje się, że długość wstępu nie powinna przekraczać 15% całości wypowiedzi lub stanowić 1/8 wypowiedzi.

Teorie retoryczne polecają także, by przy końcu wstępu jasnym i zwięzłym zdaniem wyrazić temat. Takie wypunktowane i uwydatnione przedłożenie jest swego rodzaju wizytówką tekstu, ułatwia mówcy realizację celu perswazji. Rozwinięciem przedłożenia jest prosty i jasny podział, czyli zarysowanie schematu wypowiedzi przez wyszczególnienie części składowych. Powstaje w ten sposób zwięzły plan, który może przyjąć formę zdania: „Zajmę się najpierw X, potem będę mówił o Y, a skończę na Z” lub „Chcę poruszyć trzy kwestie: pierwsza to X, druga Y, trzecia Z”. Tego typu przedłożenie można znaleźć w jednej z prac poświęconych retoryce:

W tym rozdziale zaczynamy od zwięzłego omówienia klasycznych koncepcji retoryki, dotyczących przede wszystkim kompozycji tekstu oraz od wprowadzenia kilku ważniejszych tematów, szeroko komentowanych w aktualnych pracach z tej dziedziny. Potem przedstawimy ogólny przebieg analizy retorycznej, uwzględniając podstawowe pytania, interesujące współczesnych badaczy, a także koncepcje, jakie tworzy się, by na te pytania odpowiedzieć. I wreszcie, na zakończenie tych wywodów, zademonstrujemy przykład analizy retorycznej. (Gill, Whedbee 2001: 183)

Ciekawe przedłożenie można odnaleźć także w tekście O co mi chodzi w tych wykładzikach? zamieszczonym na początku książki Leszka Kołakowskiego O co nas pytają wielcy filozofowie:

Chciałbym mówić o wielkich filozofach w taki sposób, by u każdego wyłović jedną myśl, która dla niego samego jest ważna, należy do filarów domu, jaki zbudował, a zarazem dla nas, teraz jest zrozumiała, jakąś strunę w naszym umyśle potraça, miast tylko wiadomość historyczną podawać. Postaram się każdy wykładzik kończyć pytaniem skierowanym do wszystkich, co go słuchali, pytaniem z myśli tego filozofa zabranym, nadal ważnym, nadal nierozstrzygniętym wyraźnie. (Kołakowski 2004b: 5)

O roli tego przedłożenia świadczy fakt, że realizatorzy telewizyjnej wersji wykładów Kołakowskiego powtarzali je przed każdym odcinkiem. Filozof bowiem zarysował w ten sposób plan, ułatwiający rozumienie poszczególnych wykładów, wyeksponował również założony przez siebie cel.

Drugą częścią mowy według tradycji retorycznej jest opowiadanie, czyli szczegółowe wyjaśnienie przedmiotu mowy. Arystoteles pisze, że należy unikać dłużyzn w opowiadaniu, najważniejsze jest znalezienie „właściwej miary”:

Należy więc mówić tyle, ile wymaga tego wyjaśnienie faktów: tyle, by słuchacz uwierzył, że one rzeczywiście zaszły lub wyrządziły komuś szkodę, że były przestępstwem, lub, że były takie właśnie, jak chce je przedstawić mówca. (Arystoteles 1988: 284)

Arystoteles wyróżniał dwa rodzaje opowiadań: proste – pochodzące od oratora (zwane monologowym), i naśladowcze, odtwarzające wypowiedzi wprowadzonych do retorycznego dyskursu postaci (opowiadanie dialogowe) (Korolko 1990: 83). Natomiast Ciceron w traktacie O mówcy wprowadził podział na opowiadania historyczne i filozoficzne. Pierwsze oznacza narracyjne wyjaśnienie przedmiotu mowy w formie jak gdyby historycznego rodowodu tematu. Mówca przedstawia coś w rodzaju dziejów przedłożenia, uwydatnia rzeczy dokonane – prawdziwe i niby dokonane – prawdopodobne. Opowiadanie filozoficzne – jest narracyjnym wyjaśnieniem podstawowych, trudnych czy niezrozumiałych dla słuchacza pojęć lub terminów (Korolko 1990: 84). Jednak dyskurs retoryczny nie powinien zbyt przypominać wykładu filozoficznego, nie może być nadmiernie rozbudowany i zawiły. Zaletą opowiadania jest jasność (która polega na odpowiednim dobraniu i ułożeniu treści wyrażonej zrozumiałymi słowami) oraz zwięzłość (oznaczająca trzymanie się tematu) i wiarygodność (opowiadanie powinno być oparte na logicznie powiązanych faktach i wiarygodnych dla słuchacza źródłach). Warto zaznaczyć w tym miejscu, że retoryczne ustalenia na temat opowiadania zapoczątkowały nurt teoretycznej refleksji zwany narratologią (Ziomek 2000: 117).

Trzecia część układu mowy – argumentacja, jest fundamentem sztuki kompozycji retorycznej. Oznacza bowiem aktywność myślową, związaną z uzasadnieniem lub obaleniem tezy, zarzutu, cudzej myśli czy wypowiedzi. Argumenty muszą być dostosowane nie tylko do przedmiotu dyskursu, ale również do możliwości poznawczych i zdolności odbiorców. Najbardziej wszechstronne podstawy retorycznej argumentacji sformułował Arystoteles. W *Analitikach* dokonał precyzyjnego opisu argumentacji apodyktycznej za pomocą sylogizmu i dedukcji pouczającej, stosowanych w wykładzie zawierającym twierdzenia wyprowadzone z ustalonych pojęć ogólnych (aksjomatów). W *Topikach* omówił argumentację prawdopodobieństwa i argumentację retoryczną opartą na wnioskach wynikających z założeń rozmówcy. Natomiast w traktacie *O dowodach sofistycznych* Arystoteles przedstawił argumentację sofistyczną, opartą na założeniach tylko pozornie prawdziwych lub prawdopodobnych (Korolko 1990: 84–85). Najbardziej rozpowszechniona jest jednak teoria argumentacji Cyserona, polegająca na stosownym połączeniu typu argumentacji dialektycznej i retorycznej w całość określaną terminem „argumentacja przekonująca” (perswazyjna). Zebrane w procesie inwencji i stosowne do tematu dowody podlegają w fazie komponowania funkcjonalnemu rozłożeniu. Jednym z najbardziej znanych przykładów celowej hierarchizacji argumentów jest tzw. *ordo Homericus* polegający na użyciu na początku i końcu argumentów mocnych, a w środku słabych. Wzorem dla tego porządku jest sposób, w jaki w *Iliadzie* Nestor ustawia szeregi wojskowe:

Jazdę na czele ustawił wraz z końmi i rydwanami,
Pieszyc skierował na tyły, licznych, odwagą szlachetnych –
Twierdzą bitewną, a słabszych pośrodku wojsk swych umieścił,
Aby tchórzliwych konieczność zmusiła sama do walki. [Pieśń IV, w.
297–300] (Homer 1981: 94–95)

Inne zasady głoszą, że argumenty powinny być uszeregowane w kolejności od najsilniejszych do najsłabszych lub odwrotnie. Układ rosnący oznacza rozpoczynanie wywodu od argumentów słabszych, a następnie przytaczanie coraz mocniejszych. Zaletą tego sposobu argumentowania jest stopniowe odsłanianie własnego stanowiska, które pozwala

w odpowiednim momencie wyciągnąć przysłowiowego „asa z rękawa”. Jednakże, jak zauważa Walery Pisarek, nowoczesna „retoryka empiryczna” przekonuje, że taki sposób stopniowania argumentów jest słuszny tylko wówczas, gdy odbiorcy są dobrze z tematem zaznajomieni i bardzo nim zainteresowani, w innych wypadkach lepsze wyniki daje rozpoczynanie od najmocniejszego argumentu (Pisarek 2002: 226). Formami i sposobami argumentowania zajmuje się wyjątkowo rozbudowana teoria argumentacji, ale z punktu widzenia kompozycji zasady użycia form argumentacyjnych także są bardzo istotne. Oczywiście wydaje się również, że każdy argument musi być poprawny logicznie, odpowiedni ze względów psychologicznych i estetycznych oraz dostosowany do predyspozycji odbiorcy. Należy zachować wyraźne ramy argumentowania, skuteczność osiąga się dzięki precyzyjnej konstrukcji, swoistej „architekturze logicznej”. Przede wszystkim argumentacja powinna zagadnienie wyjaśniać, a nie zaciemniać.

Czwarta część układu mowy, czyli zbijanie zarzutów, obejmuje obalanie opinii, sądów i kontrargumentów. Odpieranie zarzutów jest konieczne wówczas, gdy słuchacze są uprzedzeni do głoszonej prawdy i nie mogą jej wysłuchać spokojnie, bez polemiki z jej przeciwieństwem. Udany i celowy dyskurs polemiczny wzmacnia skuteczność perswazji. Często w tym kontekście mówi się o erystyce. Różnica pomiędzy retoryką a erystyką polega na tym, że pierwsza chce przekonać, a druga pokonać przeciwnika. Erystyka dopuszcza nieetyczne sposoby walki, prowadzące do zwycięstwa za wszelką cenę, podstępem, nielojalnym chwytem itp. Kilkadziesiąt sposobów słownego obezwładniania przeciwnika podaje Arthur Schopenhauer w Erystyce, czyli sztuce prowadzenia sporów (Schopenhauer 1983). Można wśród nich odnaleźć m.in.: zaprzeczenie tezy przeciwnika, umiejętne wyeksponowanie w opinii drugiej strony składników pewnych i wątpliwych, jednoznacznych i wieloznacznych, odwracanie kierunku dowodzenia (które polega na wydzieleniu z argumentu rozmówcy najslabszego ogniwa rozumowania i po odpowiednim skomentowaniu skierowaniu go w stronę oponenta), ironiczne podkreślanie braku kompetencji, zaliczanie niewygodnego twierdzenia przeciwnika do negatywnie nacechowanej kategorii pojęć.

Ostatnia część mowy, czyli zakończenie stanowi treściową i emocjonalną rekapitulację mowy. Zdaniem Arystotelesa każdy epilog

powinien zawierać następujące części: życzliwe nastrojenie słuchacza, powiększenie lub pomniejszenie głównej myśli dyskursu, wywołanie wzruszenia odbiorcy, odświeżenie i uwydatnienie głównych argumentów perswazji. Jak pisze autor Retoryki:

Mowę wypada zakończyć zdaniem bezspójnikowym, aby był to prawdziwy epilog, a nie rozwinięcie: „Powiedziałem, wysłuchaliście, znacie sprawę, wydajcie wyrok”. (Arystoteles 1988: 296)

Przywołany przez Arystotelesa przykład pochodzi z zakończenia mowy Lysiasa Przeciw Eratostenesowi. Zgodne z retorycznymi wskazaniem jest zamknięcie słynnego poematu Adama Mickiewicza:

I ja tam z gośćmi byłem, miód i wino piłem,
A com widział i słyszał, w księgi umieściłem. (Mickiewicz 1995: 361)

Natomiast w przewrotny sposób nawiązał do toposów zakończenia Witold Gombrowicz, kończąc *Ferdydurke* słowami:

Koniec i bomba
A kto czytał, ten trąba. (Gombrowicz 1986: 225)

Zakończenie wraz z początkiem może tworzyć swego rodzaju ramę kompozycyjną. Zabieg ten bywa stosowany nie tylko w tekstach artystycznych, ale także naukowych – np. Michał Głowiński artykuł poświęcony funkcjonowaniu kategorii przestrzeni w literaturoznawstwie rozpoczyna i kończy tym samym cytatem, dodając, że:

Kompozycja pierścieniowa nie musi być tylko właściwością wierszy, może także występować w tekstach krytycznych. Zakończę więc tak, jak rozpocząłem:

„Nie w przestrzeni powinienem szukać swej godności, ale w porządku własnej myśli. Nie będę miał więcej posiadając ziemię; przestrzenią wszechświat ogarnia mnie i pochłania jak punkt; myślą ja go ogarniam”. (Głowiński 1992: 220–221)

II. Kompozycja w świetle literatury i literaturoznawstwa

Zależności i związku pomiędzy retoryką a poetyką wydają się niepodważalne. Nieprzypadkowo Retoryka i Poetyka Arystotelesa bywają wspólnie wydawane, a tytuł dzieła Lausberga w polskim tłumaczeniu brzmi Retoryka literacka. Na płaszczyźnie kompozycji o relacjach pomiędzy tymi sztukami przekonuje porządek sztuczny, który bywa przeciwstawiany omówionemu powyżej porządkowi naturalnemu. Ordo artificialis jest zmodyfikowanym w celach artystycznych porządkiem naturalnym. Zmiany polegają zazwyczaj na opuszczeniu lub przekształceniu naturalnych części dyskursu. Porządek sztuczny, wysuwając na pierwszy plan cel estetyczny, przyczynił się do rozwoju prozy literackiej. Można się go dopatrywać niemal w każdej powieści, a zwłaszcza w utworach kryminalnych. Przebieg zdarzeń w tego typu powieściach nie może być podany w kolejności realnej, gdyż ujawnienie zaraz na początku sprawcy i motywów zbrodni zepsułoby efekt zaskoczenia. Jednak czasami celowo już we wstępie jest sygnalizowane zakończenie, po to, by skupić uwagę czytelników na procesie dedukcyjnym lub na innych elementach. Znanym przykładem takiej kompozycji jest Granica Zofii Nałkowskiej. Podobny zabieg zastosował także Andrzej Kuśniewicz w Trzecim królestwie (1976), w którym już na początku czytelnicy dowiadują się o aresztowaniu syna bohatera i śmierci jego dawnej kochanki, a następnie są rekonstruowane wydarzenia, które poprzedziły te fakty. Literatura, ze względów artystycznych często narusza zasady kompozycyjne formułowane w tradycyjnej retoryce, bądź nawiązuje do nich w przewrotny sposób. Przykłady można by mnożyć, przywołajmy więc w tym miejscu jeszcze tylko dwa z twórczości Andrzeja Kuśniewicza. W ostatniej powieści tego autora – w Nawróceniu (Kuśniewicz 1987), nie odnajdziemy tradycyjnego wstępu, powieść rozpoczyna się jakby w środku opowiadania, natomiast Król Obojga Sycylii posiada aż cztery różne początki, które sygnalizują odmienne sposoby odczytywania powieści (przywołują schemat powieści rodzinnej, historycznej, obyczajowej i kryminalnej), a także sprawiają, że tekst jest niejako komponowany na oczach czytelnika:

Można by zacząć tak:

„Były raz dwie siostry – Elżbieta i Bernadetta, oraz ich brat, Emil.”

Albo inaczej:

„Dnia dwudziestego ósmego lipca 1914 monitor rzeczny cesarsko-królewskiej marynarki «Bodrog» oddał o godzinie... pierwszy strzał w kierunku Belgradu. [...]”

Można by jeszcze inaczej:

„Na rogu Királyi utca, naprzeciw piekarni Wintera Lajosa, istniała w mieście Fehértemplom, inaczej Bela Crkva lub ungarisch Weisskirchen, winiarnia należąca niegdyś do Supicicia, zwanego przez klientów – Nándor-bácsi”. I tak dalej.

Lub:

„Po nader upalnym dniu, gdy wreszcie można było z ulgą odetchnąć nieco chłodniejszym powiewem rodzącym się w stronie starych glinianek na Cygańskim Przedmieściu, wietrzykiem nadlatującym w odstępach niemal rytmicznych w muzycznych gamach – tuż za ulicą Kerti, czyli Ogrodową [...] zabrzmiał krótki krzyk, po czym nastąpiła cisza”. (Kuśniewicz 1980: 5–6)

Ciekawe zabiegi kompozycyjne można obserwować także w zakończeniach utworów literackich. Obok wyrazistych finałów bardzo często utwory wydają się pozbawione właściwego zakończenia, urwane i niedomknięte – taki zabieg często stosuje w swojej twórczości wspomniany już powyżej Andrzej Kuśniewicz.

W literaturze nagminne jest także naruszanie spójności opowiadania/narracji. Proces ten wręcz do skrajności został doprowadzony w poemacie dygresyjnym, pojawia się również często we współczesnych powieściach – utworach o rozbitej narracji, szczątkowej fabule, które z założenia są tekstami niespójnymi. Fragmentaryczna kompozycja jest jedną z konstytutywnych cech wypowiedzi sylwicznych (Nycz 1996: 29–30). Prostota i naturalność (bliska porządkowi naturalnemu) bywa wobec powyższego uważana wręcz za wyszukany chwyt artystyczny. Jerzy Ziomek zauważa, że trudno poklasyfikować odchylenia od porządku naturalnego:

Zdrowy rozsądek podpowiada, że byłoby to zadanie niewykonalne nawet dla względnie krótkich tekstów narracyjnych, a cóż dopiero dla utworów nie tylko długich, ale jeszcze wielowątkowych. Ta kwestia może być i jest tematem osobnych i obszernych prac – i mimo że długa jest półka działu „teoria powieści”, problematyka ta jest wciąż otwarta. (Ziomek 2000: 119)

Rzeczywiście we współczesnym literaturoznawstwie, podobnie jak w retoryce, problematyka związana z kompozycją jest wciąż otwarta i daleka od jednoznacznych klasyfikacji. Kłopoty pojawiają się już przy próbach sformułowania podstawowej definicji. Choć kompozycja jest głęboko zakorzeniona w poetyce, to jednak – jak pisze Ewa Wiegandt – jest pojęciem niechcianym, bo wiąże się z pozytywistyczną wiedzą o literaturze i z realistyczną powieścią (Wiegandt 2004: 376).

W roku 1928 o istocie i badaniu kompozycji, a także o związanych z tym wątpliwościach pisał Eugeniusz Kucharski:

Dla jednych kompozycja to układ dzieła i jego anatomia, a więc podział na części i wzajemny tych części stosunek, dla drugich, a zwłaszcza dla badaczy genezy, to skład pierwiastków fabuły lub współdziałanie zasadniczych, wewnętrznych i zewnętrznych bodźców, które złożyły się na powstanie dzieła, jak np. doznania osobistego lub społecznego życia, wrażenia lektury, przeżycie lub przemyślenie pewnych problemów, przemiany duchowe autora, wzajemny stosunek tych czynników itp. (Kucharski 1986: 101)

Zdaniem tego badacza w odniesieniu do literatury pojęcie kompozycji obejmuje wartości bezwzględnie artystyczne i nie można kompozycji uważać za „prosty układ czy uporządkowanie elementów rzekomo gotowych”, ale trzeba patrzeć na nią jak na proces, który dokonuje się wśród ustawicznej oscylacji między „twórczym pędem do wyładowania energii, do ogarnięcia możliwie bogatego, rozrosłego, urozmaiconego obrazu świata i życia”, a nakazem „powściągliwości, skupienia energii, sondowania w głąb tego, co się tworzy”.

Najbardziej rozpowszechnione rozumienie kompozycji (obejmujące budowę świata przedstawionego dzieła, układ i powiązanie jego

elementów, sieć wzajemnych relacji między motywami oraz stosunków łączących poszczególne motywy z całościowym schematem konstrukcyjnym) można odnaleźć w Słowniku terminów literackich:

Kompozycja spełnia wobec materiału tematycznego znajdującego się w polu widzenia twórcy rolę analogiczną do stylu wobec materiału językowego: wytrąca go z bezwładu i poddaje celowej obróbce i organizacji. Świat przedstawiony dzieła rodzi się z napięcia między predyspozycjami danego materiału tematycznego a zastosowanymi ujęciami kompozycyjnymi. Kompozycja przekształca elementy materiału tematycznego w jednostki konstrukcyjne dzieła, interpretuje je w określony sposób, umieszcza w jakimś porządku ważności i nadaje im znaczenie. Ustala hierarchię jednostek konstrukcyjnych: motywów elementarnych, zespołów motywów [...] i całości wyższego rzędu [...] w szczególności zaś przyporządkowuje je wszystkim składnikowi podstawowemu, jakim jest temat dzieła. (Słownik terminów literackich 1989: 232–233)

Choć kompozycja jest układem zindywidualizowanym i jednorazowym, to jednak w mniejszym lub większym stopniu stanowi realizację pewnych schematów, jest podporządkowana określonym normom kompozycyjnym utrwalonym w tradycji poszczególnych rodzajów i gatunków literackich. Generalnie wyróżnia się dwa rodzaje kompozycji: zamkniętą i otwartą. Pierwsza podkreśla zwartość i skończoność oraz uporządkowanie świata przedstawionego. Drugą natomiast cechuje brak wyrazistych konturów, proporcji, który eksponuje fragmentaryczność i wieloznaczność świata przedstawionego. Luźne powiązanie poszczególnych elementów dzieła i fragmentaryczność utworu zmusza czytelnika do poszukiwania sensów łączących te elementy w całość. Ponadto wyróżnia się jeszcze kompozycję łańcuchową (kolejny segment wypowiedzi powtarza i dopełnia zwroty, problemy z poprzedniego), pierścieniową (dla której charakterystyczne jest powtórzenie na końcu zwrotu, wersów z początku) oraz ramową (cechującą się dwustopniowym układem świata przedstawionego, w obrębie jednej opowieści tworzącej ramę kompozycyjną, rozwijana jest inna historia). W poetyce opisowej kompozycja oznacza zatem przede wszystkim układ treści utworu i jest traktowana jako korelat stylu. Wobec

tego najczęściej o kompozycji mówi się w odniesieniu do utworów epickich, w przypadku liryki – jak piszą autorki Poetyki stosowanej – termin ten ulega metaforyzacji:

Najistotniejszym sposobem kompozycji utworu lirycznego jest metaforyzacja i wynikające z niej związki logiczne. Układ świata przedstawionego w liryce związany jest ściśle z kształtem językowym utworu. Termin „kompozycja” używamy więc w odniesieniu do liryki najczęściej w znaczeniu przenośnym, gdyż w ścisłej terminologii teoretycznej oznacza ona układ świata przedstawionego, który w liryce pełni znacznie mniejszą rolę niż w pozostałych rodzajach literackich. (Chrzastowska, Wysłouch 1978: 307–308)

Badając kompozycję utworu literackiego, należy zatem uwzględnić jego przynależność rodzajową, ale także związki z określonym gatunkiem, gdyż niektóre gatunki posiadają wyraźnie wyznaczone normy dotyczące kompozycji.

O dużej roli kompozycji w liryce można się przekonać, czytając wiersze Stanisława Barańczaka. Poeta wyjątkowo starannie komponuje zarówno poszczególne utwory, jak i całe tomiki i cykle liryczne. Często sięga także po mało znane formy, posiadające bardzo charakterystyczną kompozycję. Ulubionym gatunkiem lirycznym tego poety jest villanella, w której kunsztowna budowa współgra z problematyką refleksyjno-filozoficzną^[14]. Tendencję do precyzyjnego komponowania tomów można dostrzec już w Tryptyku z betonu, zmęczenia i śniegu (Barańczak 1980). Ten cykl liryczny, podobnie jak znane tryptyki malarskie czy rzeźbiarskie, składa się z trzech części: wierszy mieszkalnych – Kątem u siebie, wierszy okolicznościowych – Dziennik zimowy, wierszy nabywczych – Dojść do lady. Poeta zachował także proporcje pomiędzy poszczególnymi częściami – centralny Dziennik zimowy liczy 25 wierszy, pozostałe części zawierają 10 i 9 wierszy, tworzą zatem swego rodzaju skrzydła boczne tego tryptyku. Prawdziwym majstersztykiem kompozycyjnym jest późniejszy tomik Barańczaka – Widokówka z tego świata (Barańczak 1988). Zbiór obejmuje 25 wierszy ułożonych na zasadzie symetrii i podporządkowanych ramie czasowej. Cykl rozpoczyna się o świcie, chronologicznemu porządkowi dnia odpowiada układ wierszy

(dwanaście wierszy tworzy część przedpołudniową, osią symetrii jest wiersz Południe, po którym następuje dwanaście wierszy popołudniowych), cykl kończy się nocą (Zawodniak 1995: 148–162). Także w najnowszym zbiorze Stanisława Barańczaka badacze dopatrują się tytułowej „chirurgicznej precyzji” w odniesieniu do kompozycji całego zbioru (Libera 1999: 156).

III. „Powinowactwa przez kompozycję”

W wielu pracach najnowszych termin „kompozycja” powraca w kontekście badań nad intersemiotycznością. Borys Uspienski zauważył, że uzasadnione jest mówienie o ogólnej teorii kompozycji, znajdującej zastosowanie do różnych rodzajów sztuki i określającej reguły strukturalnej organizacji tekstu artystycznego (Uspienski 1997: 12). Zdaniem tego badacza najważniejsze miejsce w „poetyce kompozycji” zajmuje problem punktu widzenia, który w malarstwie wiąże się z zagadnieniem perspektywy, w filmie z montażem, w teatrze z punktem widzenia widza, aktora, w literaturze z różnymi technikami narracyjnymi.

Ewa Wiegandt zauważa, że dążenie do przekraczania własnych granic w przypadku literatury jest najskuteczniejsze wówczas, gdy odbywa się na płaszczyźnie pozawerbalnej – „Jest nią bezsprzecznie kompozycja” (Wiegandt 2004: 375–376). Badaczka nazywa kompozycję „terenem powinowactwa sztuk”, zwraca uwagę, że już samo mówienie o kompozycji tekstu literackiego wymusza sięganie do terminologii malarskiej, muzycznej i filmowej. Na potwierdzenie tego Ewa Wiegandt przytacza m.in. Rozmowę o sztuce kompozycji, zamieszczoną w Sztuce powieści Milana Kundery, w której pisarz przywołuje wyłącznie analogie i terminologię muzyczną, mówi o kompozycji polifonicznej i wodewilowej swoich utworów. Także w odniesieniu do kompozycji wspomnianych powyżej utworów Stanisława Barańczaka często są przywoływane terminy muzyczne (Libera 1999: 29, Gutorow 2003: 58). Wcześniej Mario Praz w swej pracy poświęconej powinowactwu sztuk pisze, że ze względu na kompozycję porównywano Boską komedię do katedry gotyckiej:

porównanie to można by rozwinąć w szczegółach, zestawiając epizody różnych pieśni z płaskorzeźbami ozdabiającymi portale katedralne, indywidualizację języka [...] ze „śpiewającymi kamieniami” [...], zaś układanie się poszczególnych jednostek wierszowych, tercyn w pieśni – z roślinnymi ornamentami, określającymi rytm pinakli w gotyckich dzwonicach. (Praz 1981: 75)

Porównaniem do architektury posłużył się także Stanisław Barańczak, podkreślając rangę kompozycji utworów lirycznych:

Tym, co różni poezję od jakiegokolwiek innego słownego opisu świata jest zawarta w wierszu (ma się rozumieć, tylko w naprawdę dobrym wierszu) jego narzucająca się nieprzypadkowość, „tak – a – nie – inność”, wewnętrzna konieczność [...]. Wiersz prawdziwie wielki, przy całej swojej potoczności i pozornej spontaniczności, różni się od wszelkich innych form wypowiedzi tym, że zmusza nas do przyznania, iż nie da się w nim nic zmienić: ucięcie jednej sylaby, substytucja jednego przymiotnika, przesunięcie jednego akcentu byłoby jak wyjęcie cegły, po którym wali się w gruzy cały gmach [...] wiersz taki [...] jest sam w sobie dowodem [...] konieczności istnienia w takim a nie innym kształcie [...], wiersz oświadcza nam, że nie ma w nim nic przypadkowego. (Barańczak 1990: 11–12)

Ewa Wiegandt stwierdza, że:

Zagadnienia kompozycyjne są rozważane w terminach innych niż literatura dyscyplin: najpierw malarstwa realistycznego (powieść realistyczna), potem muzyki jako sztuki kompozycji (powieść awangardowa) właśnie dlatego, że kompozycja w literaturze dotyczy układu treści, by więc określić jego formę sięgano do dyscyplin „niejęzykowych”. (Wiegandt 2004: 377–378)

W interesujący sposób powinowactwo przez kompozycję pokazuje Seweryna Wysłouch, porównując opowiadanie Jacka Dukaja Katedra ze zrealizowanym na jego podstawie filmem animowanym Tomka Bagińskiego. W filmie nie odtworzono fabuły opowiadania, skoncentrowano się jedynie na jednym epizodzie – spotkaniu człowieka

z katedrą. To, co w opowiadaniu jest przekazane przez dyskurs, układ wydarzeń, ekspresjonistyczne opisy, w filmie ukazują obrazy (żywe, uśmiechające się kamienne posągi eksponują siłę katedry, która fascynuje i więzi człowieka), powstaje wizualna metafora – przemiana człowieka w rzeźbę. W filmie, podobnie jak w opowiadaniu, katedra staje się symbolem, który posiada metafizyczną moc. Strukturalna wspólnota sztuk polega na obecności tych samych operacji intelektualnych, przeprowadzanych w różnym materiale: zestawiania i utożsamiania odrębnych zjawisk, na zasadzie kontrastu lub analogii czy też deformowania, prowadzi to do zmian znaczeniowych, do uruchomienia nowych konotacji (katedra zarówno w opowiadaniu, jak i w filmie traci znaczenie dosłowne na rzecz znaczeń konotowanych, staje się symbolem tęsknot metafizycznych, trudów życia, doświadczenia Tajemnicy) (Wysłouch 2004: 22–27).

Techniką kompozycyjną, która najpełniej wyraża ideę powinowactwa sztuk: literatury, plastyki, muzyki, jest, zdaniem Ewy Wiegandt, kolaż:

To on w sposób najdoskonalszy, co znaczy także najlepiej uchwytne, sprowadza dzieło do kompozycji [podkreśl. – E.D.] i pozwala mówić jednym językiem o różnych sztukach, nie gubiąc ich swoistości. [...] Kolaż to kompozycja najdoskonalej symultaniczna, zestawienie elementów, a więc umieszczenie ich obok, zaprzeczenie malarskiej perspektywy, odwrotność kompozycji szkatułkowej. (Wiegandt 2004: 381)[15]

Ze względu na rolę fragmentu i całości, Ewa Wiegandt wyróżniła dwa typy kolażu: awangardowy i postmodernistyczny. Pierwszy z nich zamyka się w przestrzeni dzieła, udowadnia, że do kompozycji mogą wchodzić różne materiały, aby stać się rzeczywistością współzawodniczącą z naturą, natomiast drugi podważa pojęcie całości, przekonuje, że istnieją tylko fragmenty. Rozważania na temat kolażu prowadzą w pracy Ewy Wiegandt do następującego wniosku:

Wydaje się, już niezależnie od narzędzi, że sztuka nowoczesna dowiodła, iż kompozycja rozumiana jako forma (konstrukcja, montaż) działa na wszystkich piętrach czy planach utworu literackiego, że

stanowi jego nie lingwistyczną, lecz artystyczną składnię, wyzwala to, co się dzieje między zespołami słów, nie znaczy, ale szuka sensu. (Wiegandt 2004: 383)

Kompozycja jako teren powinowactwa sztuk to nowa perspektywa dla badań nad tym zagadnieniem, niezwykle aktualna w czasach, gdy rzeczywistość coraz bardziej zaciera granice i podziały pomiędzy sztukami oraz pomiędzy dyscyplinami.

Myślenie o kompozycji przeszło niewątpliwie długą drogę: od retorycznego uporządkowania mowy po płaszczyznę intersemiotyczną. To rozwój, ale także współistnienie różnych faz, które przecież równocześnie funkcjonują i nawzajem się uzupełniają. Na terenie kompozycji spotykają się różne sztuki, spotyka się także literatura i retoryka, przeszłość i współczesność. Retoryka wciąż podsuwa narzędzia i klasyfikacje, literatura dostarcza przykładów zastosowania i łamania norm kompozycyjnych, natomiast we współczesnej sztuce powinowactwo przez kompozycję uzmysławia wspólny cel wszystkich zabiegów artystycznych – poznawanie prawdy o człowieku i świecie.

Maria Barłowska

Amplifikacja retoryczna

Niejasne jest miejsce amplifikacji w uporządkowanym wykładzie retoryki. Tradycyjnie przynależała do inwencji, ale mogło nastąpić jej przesunięcie do obszaru dyspozycji, nierzadko także usamodzielnienie przypisanej jej problematyki w postaci wyodrębnionych wykładów. Zmiana miejsca była nie tylko kwestią formalną, oznaczała także inne rozumienie funkcji amplifikacji, stawała się sygnałem odmiennego rozłożenia akcentów w retorycznej teorii, a nawet wyrazem nowej estetyki. Jako element inwencji amplifikacja podporządkowana była przekonywaniu, służyła wzmocnieniu argumentów, natomiast umieszczana w ramach dyspozycji okazywała się przede wszystkim środkiem rozbudowywania i wzbogacania mowy, wpływania na uczucia słuchaczy i ozdabiania wypowiedzi.

Problematyka amplifikacji była obecna w retoryce właściwie od zawsze i na całym jej obszarze, jak pisał Arystoteles:

Wszyscy bowiem mówcy posługują się zarówno „powiększaniem” jak „pomniejszaniem” niezależnie od tego, czy występują jako polityczni doradcy, czy kiedy popisują się naganą lub pochwałą, czy też gdy występują w roli oskarżyciela lub obrońcy. (Arystoteles 1988: 194)

Termin amplifikacja wywodzi się z łac. *amplifico*, *-are* oznaczającego: rozszerzać, rozprzestrzeniać, a także podwyższać, wzmocniać, podnosić, stawiać w jaśniejszym świetle, wyróżniać. Najkrócej amplifikacja określana jest jako „powiększenie”, ale działać może dwukierunkowo: służy również pomniejszaniu, wszelkiej zmianie proporcji, realizującej retoryczne, czyli zawsze stronnicze nastawienie do sprawy. Już sam źródłosłów podkreśla także dwa wymiary, za pomocą których osiągnąć może być efekt powiększenia: horyzontalny i wertykalny. Amplifikacja horyzontalna polega na dodawaniu, rozszerzaniu, wykorzystywaniu wielości, można by jej przypisać fizyczne, literalne rozumienie wielkości.

Amplifikacja werbykalna to wyolbrzymienie polegające na wzmacnieniu, powadze, wzniosłości, odwołujące się niejako do duchowego, metaforycznego znaczenia wielkości. Pierwsza łączy się zwykle z obfitością, druga – może poprzestać na zwięzłości. Amplifikacja działa na poziomie rzeczy (res) i słów (verba), chociaż wyróżnia się w związku z tym amplifikację inwencyjną i amplifikację elokucyjną, to w praktyce, obserwowane w tekście, występują one łącznie. Przypominają raz jeszcze o podstawowym dla retoryki związku myśli i sposobu ich wyrażania.

Jakie są źródła amplifikacji? Najprostsza odpowiedź brzmi, że takie same, jak argumentów, tzn. znajdują się w tych samych toposach. Argumenty wyprowadzane z miejsc mogą bowiem służyć zarówno dowodzeniu, jak i amplifikacji. „Cyceron definiował amplifikację wprost jako dobitny sposób prowadzenia dowodu, przy pomocy którego nie chce się w istocie pouczać, lecz podniecać” (Emrich 1977: 258). W zgodnej ocenie retorów jednym z najlepiej nadających się do wyolbrzymiania sprawy jest topos definicji. Nie chodzi o definicję realną, ale powstającą np. przez wykorzystanie etymologii, wyliczenie części, przedstawienie skutków. Warto tu posłużyć się najprostszym przykładem. Mówca może najpierw wprowadzić pojęcie ogólne, a następnie dokonać jego rozwinięcia, przywołując składające się nań elementy. Tak właśnie postępuje Andrzej Olechowski w swym wystąpieniu programowym w czasie wyborów prezydenckich w 2000 roku. Zbiorowość: „Polki i Polacy” definiowana jest a jednocześnie ukonkretniana przez wymienianie kolejnych jej przedstawicieli:

Jak wyjaśnię te zaniechania Polkom i Polakom? Jak miałbym wyjaśnić mojej babci, gorącej patriotce i założycielce wiejskiej szkoły, że w wolnej Polsce tak mało wysiłku poświęcamy nauce naszych dzieci? Co mam powiedzieć matce wiejskiego chłopca, który mimo talentu i szczerych chęci, skazany będzie na gorszą niż w mieście szkołę, a na studia jak większość jego rówieśników, prawie na pewno nie będzie mógł pójść? Jak mam wytłumaczyć mojej żonie, która tak wiele wysiłku poświęciła wykształceniu synów, wykorzystwała wszystkie po temu możliwości, że jeśli chcieliby pracować dla państwa, to o ich karierze zdecydują nie umiejętności i pracowitość, ale trafnie dobrana przynależność partyjna? Jak wyjaśnię synowej wychowanej w ufności

do ludzi i zasad, że na ulicach, w gospodarce i zwykłych ludzkich sprawach obowiązuje siła, a nie racja i dobry obyczaj? Co mam odpowiedzieć młodemu człowiekowi, gdy pyta jak ma się ścigać z Anglikami czy Amerykanami, skoro dostęp do internetu jest trudny i kosztowny? Jak miałbym wyjaśnić moim rodzicom, ciężko doświadczonym przez pobyt w obozie koncentracyjnym i oflagu, że polscy przywódcy rozgrywają partyjne potyczki na polu polityki zagranicznej?

Nie można tych niebezpieczeństw nie dostrzegać. Trzeba im zapobiec. Chcę to zrobić. (Olechowski: 2000)

Bardzo wyraźnie korzysta tu mówca ze swego prawa do stronniczości. Dobór przykładów osób, które niewątpliwie należą do polskiej zbiorowości, wydobywa jednocześnie z analizowanego pojęcia te cechy, o które przemawiającemu chodzi najbardziej. W istocie mówca dokonuje perswazyjnej redefinicji narodowej zbiorowości jako ludzi zwykłych, ale wartościowych, równych, jednakowo ważnych i bliskich – jak własna rodzina – sercu kandydata na prezydenta[16]. Oczywisty jest tu związek amplifikacji z poruszaniem emocji, czemu służy równie jawnie opracowanie elokucyjne: ciąg retorycznych pytań wzmacnianych konstrukcjami anaforycznymi. Amplifikacja ta wyraźnie, a można nawet powiedzieć że zbyt łatwo, rozwija się w poziomie horyzontalnym. Jednocześnie jednak wykorzystuje cały zestaw „wielkich” słów, jak: patriotyzm, poświęcenie, praca, zasady, wznosząc problematykę narodowych „zaniechań” za pomocą tych poważnych myśli coraz wyżej.

Równie łatwo z amplifikacją sprzymierza się topos okoliczności. Bardzo często pojawia się w wystąpieniach okolicznościowych, pozwalając mówcom przez rozwijanie odpowiedzi na najprostsze pytania: gdzie? kiedy? wzmacniać znaczenie samego wydarzenia. Wykorzystał tę me-todę w przemówieniu inauguracyjnym obrady sejmu ustawodawczego 10 lutego 1919 r. Józef Piłsudski:

Półtora wieku walk, krwawych nieraz i ofiarnych, znalazło swój tryumf w dniu dzisiejszym. Półtora wieku marzeń o wolnej Polsce czekało swego ziszczenia w obecnej chwili. Dzisiaj mamy wielkie święto narodu, święto radości po długiej, ciężkiej nocy cierpień.

W tej godzinie wielkiego serc polskich bicia czuję się szczęśliwym, że przypadł mi zaszczyt otwierać Sejm polski, który znowu będzie domu swego ojczystego jedynym panem i gospodarzem. (Piłsudski 1934: 191)

Podkreślenie na wstępie historycznej cezury narzuca prezentowanym w całym przemówieniu kwestiom ów wielki, historyczny wymiar. Podobnie dzieje się w przypadku amplifikowanego odwołania się do miejsca, czego przykład znaleźć można choćby w przemówieniu Aleksandra Kwaśniewskiego w obecności prezydenta USA George'a Busha (1997 r.):

Jesteśmy w miejscu, które przypomina o naszej trudnej historii. Stoimy na placu, gdzie odbywały się manifestacje narodowe. Ta ziemia uświęcona jest krwią poległych patriotów. Ten Zamek jest symbolem polskiego parlamentaryzmu, jednego z najstarszych w Europie. Tu w 1791 r. uchwalono pierwszą europejską konstytucję. Ale także i tu spadły pierwsze bomby II wojny światowej. 1939 rok, atak z zachodu i wschodu, wojna, niemiecka okupacja, zagłada Żydów, dramat powstania warszawskiego zapisane są na zawsze w świadomości Polaków. Pięćdziesiąt lat temu było tutaj morze ruin. Polska, cała Europa Środkowa, była – nie z własnej woli – wyłączona z powojennych projektów odbudowy, współpracy, gwarancji bezpieczeństwa. Dziś chcemy i możemy wziąć aktywny udział w tworzeniu architektury nowej i wspólnej Europy. (Kwaśniewski 2000)

Nieprzypadkowo powyższe cytaty pochodzą z egzordium przemówień. To właśnie w nich wskazywano możliwość wykorzystania tzw. adiuncta, czyli okoliczności towarzyszących. Obejmują one nie tylko miejsce i czas, ale również osobę, której prezentację można rozwijać, np. przez ukazanie rodziny, przyjaciół, narodu, w istocie całego zestawu *locorum a persona*. Perswazyjnie nośne, przez całkowicie naturalne odwołanie do sytuacji, połączenie okoliczności czasu z rozbudowaną prezentacją własnej osoby zastosował np. Ronald Reagan w mowie na konwencji republikanów z 1992 r.:

W przeciągu lat występowałem na tej konwencji jako prywatny obywatel, jako gubernator, kandydat na prezydenta, prezydent i dziś wieczór znowu jako obywatel Ronald Reagan. Dzisiejsza noc, to bardzo szczególna noc dla mnie. Oczywiście w moim wieku każda noc to szczególna noc. W końcu urodziłem się w 1911 roku. Według tego co mówią eksperci, przekroczyłem przewidywaną długość mojego życia. To jest powodem wielkiej irytacji u niektórych, szczególnie tych z partii demokratycznej. Ale to jest wspaniała sprawa być urodzonym w 1911. W mojej podróży przez ostatnie osiem dekad, widziałem ludzki wyścig przez okres niezrównanego niepokoju i triumfu. Widziałem narodzenie komunizmu i jego śmierć. Byłem świadkiem krwawej bezowocności dwóch wojen światowych, wojen w Korei, Wietnamie i Zatoce Perskiej. Widziałem Niemcy zjednoczone, podzielone i znowu zjednoczone. Widziałem wzrost znaczenia telewizji: od salonowej nowości do najważniejszego wehikułu komunikacji w historii. Jako chłopiec widziałem ulice wypełnione modelami „T”, jako dorosły mężczyzna spotkałem ludzi, którzy byli i chodzili po Księżycu. Nie tylko widziałem, ale żyłem w cudzie, który historycy nazwali „amerykańskim wiekiem”. Jednak dzisiejsza noc nie jest po to, żeby patrzeć do tyłu, ponieważ kiedy biorę inspirację z przeszłości, jak większość Amerykanów, żyję dla przyszłości. Więc tego wieczoru, tylko na kilka minut, myślę, że pozwolicie mi mówić o kraju, który jest na zawsze młody. (Reagan 2004: 285)

Złagodzone ciepłą autoironią przedstawienie siebie jako starca i świadka historii dało mu mandat do mówienia o przyszłości Ameryki, stało się przekonującym usprawiedliwieniem zarówno dla patosu, jak i osobistego tonu przemówienia. Długość biograficznego czasu stała się również dogodnym usprawiedliwieniem dla przywołania kolejnych faktów, i to zarówno w ich wielości, jak i subiektywnie motywowanej różnorodności.

Nie zawsze amplifikacyjne wykorzystanie toposów oznacza czerpanie tylko z jednego z nich. Równie dobrze powiększeniu służy opracowanie myśli polegające na sięgnięciu do całego katalogu miejsc. Daje ono efekt operowania jakby różnymi punktami widzenia, wrażenie pełni, a w skrajnej postaci wyczerpania tematu. Aż nazbyt widoczne jest to

w pochodzącej z I poł. XVII w. mowie weselnej Albrychta Stanisława Radziwiłła. Cały wysiłek mówcy skupia się na amplifikacji tezy, że tylko wesele jest prawdziwym weselem:

O stanie małżeńskim szeroka jest materia do mówienia i lubo to przez tak wiele lat rozmaite bywały przedmowy zostaje zawsze co nowego w wystawieniu onego. I samo przezwisko jako w naszym brzmi języku wesele, tłumacząc każdy zadziwować się nieco musi. U łacinników we zwyczaju jest, że kiedy rzecz jaką, która wielkiej doskonałości doszła i równej sobie w swojej perfektiej nie ma, mianować chcą, jednym słowem odprawują, jako na przykład Urbs, albo miasto Rzym znaczą. I po polsku, kiedy J[ego] K[rólewska] M[ość] Panem zowiemy, majestat rozumiemy. Toż i o weselu świeże może podać podobieństwo, iż rzeczom innym imiona tak przydajemy do wesołości: wesołe miejsce, wesoły prospekt i człowiek wesoły. Same wesele szczególnym nazywamy weselem, chcąc pokazać, że żadne insze nie mogą być porównane wesela z tym, które sprawą Najwyższego dzieje się i słusznie, bo jako mądry trzech rzeczy potrzebował do zupełnej radości, żeby była trwała, communicantiae udzielająca i insze różne przyczyny do rozweselenia dodająca, wszystko to w stanie małżeńskim znajduje się: trwa aż do śmierci, ma socios consolationis mąż żonę i wzajem powiny, dzieci, że i w wielu pokoleniach miłe następujące potomstwo. [...] kto by też chciał a contrario argumentować weselem jest, ponieważ samą śmiercią kończy się, a jako białe przy czarnym znaczniejsze bywa, tak po ustąpieniu któregośkolwiek z związku tego przypomnienie przeszłego wesela w pozostałym sercu większy smutek widzi. Na ostatek weselem jest nazwany ten akt, będąc początkiem wszystkich innych, kto bowiem może być wesół i onego zażyć, którego na świecie nie masz. Aż kto według Boga na świecie być może nie tylko przez śrzodek małżeństwa? Ale i z tej pary, która teraz przed Boskim i ziemskim stoi majestatem każdy widzi, że wesołe wesele jest i do generalnego wesela czas i wiek majowy dodają wesela. (Radziwiłł rkps)

W tym celu mówca kolejno czerpie argumenty z definicji: za pomocą etymologii i wyliczenia części, z przeciwieństwa, z przyczyny (i to

pierwszej!), z okoliczności. A przecież jeszcze nie wykorzystał wszystkich miejsc! Jakże zwodnicze jest gromadzenie materiału, któremu nie towarzyszy pogłębienie myśli. Rozgadanie jako wada amplifikacji dotyczy nie tylko nadmiaru słów, zbytnej ozdobności, równie zły efekt przynosi nadmiar myśli – banalnych.

Szczególnie cennym obszarem dla podejmowania zabiegów amplifikacyjnych są loci communes. To one niejako w swej istocie gwarantują porozumienie z odbiorcą, ukazując wspólnotę już ustanowioną, a w każdorazowym jej przywołaniu wzmacniają poczucie współuczestnictwa. Nazywają raz jeszcze to, co wiadome i nazwane, by uaktywnić postawy, przywołać związane z nimi emocje. Powtarzalność i oczywistość stanowią dla miejsc wspólnych siłę i zagrożenie. Ich zastosowanie wymaga od mówcy zdyscyplinowania i poczucia stosowności, bo powracające tematy, co do których „jest zgoda”, łatwo podlegają skostnieniu, a możliwość ich aplikacji zawsze i wszędzie okazuje się brakiem jakiegokolwiek motywacji ich wprowadzenia. Zdaniem Cyserona: „Najbardziej ozdobnymi pozostają te mowy, w których błędzimy myślą po możliwie najszerszym kręgu, zwracając się od pojedynczej kwestii ku – domagającej się objaśnienia – ogólnej istocie rodzaju sprawy” (De oratore [III, 30, 120], cyt. za: Lausberg 2002: 65). Dlatego tak ważna w amplifikacyjnym opracowaniu miejsc wspólnych jest sprawa ich związania z rozważaną kwestią szczegółową (questio finita), a także odpowiedniego do niej i do okoliczności, starannego opracowania. Wypada powołać się w tym miejscu na autorytet w klasycznej retoryce najwyższy, Marka Tulliusza Cyserona. Broniąc przed sądem prawa poety Archiasza do posiadania obywatelstwa rzymskiego, Cyseron twierdził, że przysługuje oskarżonemu ono z prawa, a wzmocnił swoją argumentację, dowodząc jednocześnie skonstruowanej a fortiori tezy, że: „nawet gdyby praw obywatelskich nie posiadał, zasługiwałby na to, by go na listę obywateli wpisano”. I w tym właśnie celu posłużył się amplifikacją wprowadzającą jako miejsce wspólne pochwałę humanitates. Jednak ta kwestia ogólna (questio infinita) została przez mówcę obwarowana: najpierw autorytetem własnym – tego, który wiele sam im zawdzięcza, a dalej dowodami podziwu Rzymian dla artystów. Z tej słynnej, wyróżniającej się zgodnie z zaleceniami samego Cyserona „i słowem, i myślą” pochwały warto przytoczyć chociaż fragment:

Wszelkie inne przyjemności odpowiednie są tylko w pewnym czasie, wieku i miejscu, studia literackie zaś w młodości wychowują, na starość dają wytchnienie, w powodzeniu podnoszą, w przeciwnościach stanowią ucieczkę i pociechę, w domu zabawiają, poza domem nie stają na zawadzie, towarzyszą nam w nocy, w podróży, na wsi. Gdybyśmy więc nawet sami nie mogli ich uprawiać ani poznać ich wartości, musielibyśmy je podziwiać chociażby u innych. (Cyceron 1998: 124)

Amplifikacyjne wykorzystanie miejsc wspólnych jest niczym innym jak wkroczeniem retoryki w obszar filozofii. Dla retora zarezerwowane są bowiem tzw. *quaestiones finitae*, kwestie konkretne, dotyczące indywidualnych przypadków, osadzone w sferze praktyki, takie, co do których istnieją różne opinie. Uprawnieniem filozofa jest natomiast stawianie pytań ogólnej natury, abstrakcyjno-teoretycznych (jak w tym wypadku: czym są studia literackie?). Kiedy jednak mówca nie jest wierny etosowi retora, który winien być wsparty postawą filozofa poszukującego i miłującego prawdę, poprzestaje na powielaniu ogólników i sprowadza *loci communes* do rozmiarów komunałów ogólnego zastosowania. Wtedy uaktywnia się znana już sofistom, a utrwalana przez wieki w szkolnej praktyce metoda opracowywania miejsc wspólnych jako gotowych fragmentów mowy, możliwych do zastosowania przy każdej okazji.

Prezentowane dotąd przykłady poszukiwania materii amplifikacji pośrednio ujawniły już stosowane w jej osiągnięciu metody. Chociaż i w tym wypadku retoryka czyni zastrzeżenie, że metody te są jedynie próbą porządkującego uchwycenia nieskończonego w istocie bogactwa środków, jakie tkwią we właściwościach języka, to proponuje ich zwięzłą, wywodzącą się od Kwintyliana klasyfikację. Obejmuje ona cztery genera *amplificationis*: *incrementum*, *comparatio*, *ratiocinatio* i *congeries*.

Ze względu na stopień uporządkowania, najprostszą z metod osiągnięcia powiększenia sprawy wydaje się *congeries*, czyli nagromadzenie. Jest to nagromadzenie synonimicznych słów i zdań. Dla wyjaśnienia zasad jego organizacji Kwintylian używa metafory „stos”. Oznacza to, że nagromadzenie nie wymaga specjalnego wewnętrznego uporządkowania. A nawet jego brak, przez wykorzystanie wrażenia chaosu, może potęgować efekt amplifikacyjny. Nagromadzenie bardzo wyraźnie pojawia się jako

moment zatrzymania się mówcy nad myślą szczególnie ważną, np. podsumowującą główne przesłanie wystąpienia, jak w cytowanym już przemówieniu Ronalda Raegana:

Powiedziałem to już i powtórzę – Ameryka ma swoje najlepsze dni przed sobą. Chwile, z których będziemy najbardziej dumni, dopiero nadejdą. Nasze najwspanialsze osiągnięcia są tuż za horyzontem. Ameryka pozostaje, jak to określił 150 lat temu Emerson, „krajem jutra”. Jakże piękne to słowa i jakże prawdziwe.

Jednak chwila zatrzymania się może być równie ważna z powodu reguł, jakimi rządzi się odbiór mowy żywej. Słuchacz, inaczej niż czytelnik, nie ma możliwości powrotu do tego, co zostało powiedziane. Dlatego potrzebuje innego rozdysponowania informacji, wyrazistszych cesur i rozłożenia akcentów, a charakterystyczna dla amplifikacji redundancja spełnia również to zadanie. Amplifikacja właśnie pozostaje jedną z wyraziście rozpoznawalnych, a może nawet drażniących dla współczesnych cech dawnego piśmiennictwa, w którym ujawnia się jego związek z pierwotną oralnością (Ong 1992: 66–67).

Wydaje się, że nagromadzenie w swej prostocie jest metodą amplifikacji niewymagającą szczególnych zabiegów. Wystarczy przywołać podawany przez Kwintyliana, wzięty z Cycerona, przykład: „Był obecny strażnik więzienny, siepacz pretora, śmierć i postrach sojuszników i obywateli rzymskich, liktor Sekstius”. Schemat ten powtarzany jest i dziś, w niekończonych realizacjach konferansjerów, zapowiadających pojawienie się „gwiazdy”. Nie jest on również niczym innym, jak wykorzystaniem ciągu peryfraz, czyli w skrajnej postaci – litanią. Przywołanie tego terminu przypomina o podstawowym niebezpieczeństwie, łączącym się ze stosowaniem nagromadzenia. Jest nim oczywiście monotonia. Z jednej strony, amplifikacji przez nagromadzenie towarzyszą liczne figury wykorzystujące porządek słów, jak anafora, epifora, geminacja, reduplikacja, a także poliptoton, homioptoton, homiopteleuton, izokolon czy zeugma, które podkreślają regularność i wielość tworzących ją składników, z drugiej konieczna jest troska mówcy o urozmaicenie powtarzalnych układów, by nie znużyć odbiorcy. Na przykład tak jak w mistrzowskiej realizacji Piotra Skargi:

Zjachaliście się w imię Pańskie na opatrowanie niebezpieczności Koronnych, abyście to, co się do upadku nachyliło, podparli; co się skaziło, naprawili; co się zraniło, zleczyli; co się rozwiązało, spoiли; i jako głowy ludu, braciej i członków waszych, jako srózwie śpiących i wodzowie nieumiejących, i świece ciemnych i ojcowie dzieci prostych, o ich dobrym i spokojnym obmyślali. (Skarga 1984: 3)[17]

Swoboda w konstruowaniu nagromadzenia zobowiązuje za każdym razem do poszukiwania, zależnie od okoliczności, tematu, dyspozycyjnego usytuowania, emocjonalnego pobudzenia słuchacza, chwiejnej równowagi współtworzących je tendencji.

Te same reguły rządzą congeries zaliczaną do figur słów. W tym przypadku jednak nagromadzenie nie dotyczy powtarzanej myśli, ale zestawienia wielu rzeczy. Jedną z najczęściej spotykanych postaci congeries jest zestawienie trzech składników, być może dlatego, iż daje ono psychologicznie uwarunkowane wrażenie pełni, a także ma głęboko zakorzenioną wartość symboliczną. Pomijając brzmieniową organizację wypowiedzi, wskazać można tak użytą congeries w słowach Cezara: Veni, vidi, vici. Wielość waha się od postaci dwuelementowej, do rozbudowanych, często poddawanych wewnętrznemu uporządkowaniu (np. przez zastosowanie kontrastu, grupowanie elementów), konstrukcji wieloelementowych. Nagromadzenie jako figura słowa równie często sprzymierza się z innymi figurami wykorzystującymi porządek słów i podobieństwo brzmienia (np. anafora, geminacja, izokolon, homioptoton i homiooteleuton), tworząc wspólnie z nimi, a także nagromadzeniem rozumianym jako przekształcanie tej samej myśli, niezwykle spójne konstrukcje słowne o niewątpliwym oddziaływaniu amplifikacyjnym. Znakomitym tego przykładem jest fragment zakończenia mowy J. Piłsudskiego przy sprowadzeniu prochów Juliusza Słowackiego:

Gdy teraz patrząc na trumnę, wiem, tak jak wszyscy zebrani, że Słowacki idzie, to wiem, że idzie tam, gdzie głązy na naszym gościńcu stoją, świadcząc nieledwie chronologicznie przez imiona w naszej przeszłości. Idzie między Władysławy i Zygmunty, idzie między Jany i Bolesławy. Idzie nie z imieniem, lecz z nazwiskiem, świadcząc także

o wielkości pracy i wielkości ducha Polski. Idzie, by przedłużyć swe życie, by być nie tylko z naszym pokoleniem, lecz i z tymi, którzy nadejdą. Idzie, jako Król Duch. (Piłsudski 1989: 140)

Poszerzenie inwencyjne, dokonujące się za pomocą nagromadzenia, i powiększenie elokucyjne okazują się tu praktycznie nierozdzielne.

Wyraźne podobieństwo łączy także drugą metodę amplifikacji inwencyjnej, tzn. incrementum, z figurą klimaks (łac. gradatio). W obydwu wypadkach pojawia się bowiem konstrukcja narastająca lub opadająca. W najprostszej postaci, jako figura słowna auksesis polega na stopniowym wykorzystaniu synonimów (bardziej skomplikowany jest klimaks, w którym ponadto muszą się powtarzać zakończenia i początki według schematu: ...x/x...y/y....). Skarga pisał:

Niech się ukarzą ci nieuczciwi i wszeteczni takim przykładem, którzy na sejmiki jeżdżąc zbrojno, w kościołach nie tylo po ołtarzach depcą, ale też przed ołtarzami krew rozlewają i zabijają. (Skarga 1984: 100)

Dla uzyskania efektu powiększenia szczególne znaczenie ma, na jakim elemencie wspiera się cała konstrukcja. Czym wyżej się znajduje ów „punkt startowy” (u Skargi podkreśla to zastosowanie zapowiednika „nie tylo”), tym wyraźniej wznoszą się pozostałe, nadbudowywane nad nim elementy. Wznoszenie jako sposób działania amplifikacji wykorzystuje też figurę correctio. Mówca dokonuje w tym wypadku głośnej autopoprawy nie w celu doprecyzowania znaczenia, ale by odrzucenie słabszego określenia podkreśliło ostateczne. Dążenie do jak najwyższego usytuowania szczytowego elementu incrementum prowadzi niekiedy do wyrażania go w postaci pytania lub innej formuły niemożności poradzenia sobie z wielkością sprawy[18]. Stopniowanie traktowane jako metoda amplifikacji może obejmować nie tylko pojedyncze słowa, ale całe argumenty, przykłady, obrazy. Amplifikacja wkracza wtedy wyraźnie na teren dyspozycji. Dzieje się tak na przykład w słynnym, zawierającym proroctwo upadku Rzeczypospolitej, fragmencie trzeciego kazania Skargi. Incrementum rozpoczyna przedstawienie oderwania od Korony zjednoczonych z nią ziem, kolejnym znakiem upadku jest zatrata polskiego języka, dalej koniec wolnej elekcji i republiki szalcheckiej,

a wreszcie obrazowo, słowami z Księgi Powtórzonego Prawa ukazana niewola: „Będziecie nieprzyjaciołom waszym służyli w głodzie, w pragnieniu, w obnażeniu i we wszystkim niedostatku. I włożą jarzmo żelazne na szyje wasze”. Każdy ze stopni wznoszącej się konstrukcji jest dodatkowo rozwijany przez zastosowanie porównań, pytań retorycznych i antytez, wzmacniających efekt poruszenia emocjonalnego. Nieprzypadkowo na samym szczycie, jako groźba największa, znalazła się utrata wolności, to ona bowiem zawsze znajdowała się na pierwszym miejscu w etosie sarmackim. Takie wpisanie się formy w uznany porządek wartości daje amplifikacji ogromną siłę oddziaływania. Stopniowanie może być konstruowane wedle różnych porządków, od niemal neutralnych w swej naturalności[19], do sięgających samych podstaw ideologii. Możliwa wtedy staje się sytuacja narzucenia odbiorcy ideologicznego porządku poprzez zaakceptowanie przez niego samej formy, poddanie się oczywistości jej oddziaływania (Burke 1995: 40–41). Jednocześnie możliwa jest sytuacja odwrotna, kiedy właśnie rozpoznanie narzucającego się, figuralnego uporządkowania uczyni odbiorcę nieufnym (Rusinek 2003: 112).

Trudno całkowicie oddzielić amplifikację uzyskiwaną drogą stopniowania od opierającej się na porównaniu, nierzadkie jest skuteczne współdziałanie obydwu metod. Stopniowanie bywa środkiem rozwinięcia elementu porównującego, który tym wyraźniej staje się podstawą wyniesienia tego, co porównywane, jak np. w kazaniu Henryka Jankowskiego:

Każdej sile fizycznej można przeciwstawić większą siłę, każdej nowej broni przeciwstawić wyższą technikę mordowania przeciwników, przeciw batalionom wystawia się pułki, przeciw pułkom – dywizje, przeciw czołgom – miny, przeciw samolotom – rakiety. Ale żaden z pocisków wystrzelonych z tych śmiertelnych broni nie przebije puklerza prawdy, żaden [sic!] z tych broni nie zwycięży oręza miłości. (Jankowski 1992: 19)

Konsekwencja formy, niepozorne przejście do znaczenia metaforycznego ma zapewne ułatwić słuchaczowi akceptację dość zwodniczego dowodu.

Amplifikacja wykorzystująca przykład posługuje się w istocie tą samą metodą dowodzenia, co egemplum – indukcją. Na czym więc polega różnica? Według Kwintyliana sprowadza się ona jedynie do funkcji: wykorzystania podobieństwa jako dowodu lub środka powiększenia. Najskuteczniejszy dla osiągnięcia amplifikacji okazuje się schemat zestawiający przypadki nierówne: od mniejszego do większego (a minore ad maius). Najważniejszy dla osiągnięcia efektu powiększenia wydaje się wybór podstawy porównania konstruowanego w celu amplifikacji. Niezmienne są w tym względzie zalecenia Arystotelesa:

Należy przy tym sięgać do porównań z ludźmi wybitnymi. Służy to bowiem amplifikacji i uwydatnia piękno, jeśli wyróżniają się oni wśród szlachetnych. [...] chwaloną osobę należy porównać jeśli już nie z najwybitniejszymi, to przynajmniej z ogółem ludzi, bo wywyższenie pozwala odsłonić jej zalety etyczne. (Arystoteles 1988: 111)

Innymi słowy to od zbiorowości, do której zwraca się w danej sytuacji mówca, zależy uznanie tego, co typowe, i tego, co wielkie. Budując powiększające porównanie z „ogółem ludzi”, odwołuje się on często do stereotypowych wyobrażeń, tego co uznawane za normalne czy to wobec całej ludzkości, czy jakiegoś środowiska. Przewyższenie czerpie swą siłę z przeciwstawienia ilości i jakości, czy jak pisał Arystoteles: „Możemy np. powiedzieć, że jest to «jedyny», «pierwszy», «jeden z nielicznych», który tego dokonał, lub że dokonał tego «lepiej niż ktokolwiek dotąd», bo wszystkie te wyróżnienia zasługują na szacunek” (Arystoteles 1988: 110). Metodę tę zastosował np. Jakub Sobieski. Potoczne wyobrazenie szlachty o zagrożeniach życia dworskiego i ogólnoludzkie przekonanie, że „żyć trudno, ale umierać najtrudniej” uczynił punktem wyjścia amplifikacji w pogrzebowej pochwalie Andrzeja Boboli:

A co niemal na każdy dzień widzimy, na dworach i pałacach pańskich wysokie stopnie i urzędy jako są do szczęśliwego i spokojnego życia zawadą: i panu oraz służyć, i wszystkim się podobać niepodobna. Cudze kłopoty, ciężary prace na ramionach swych dźwigać ciężka, z szczęściem ustawicznie za pasy chodzić straszna, temu raz po gębie dać, tego drugi raz pogłaskać trzeba. Znać ludzie i różne ich animusze,

różno traktować trudno. Od inwidyjey chcieć się zaś uchylić, tak się zda podobno, jakoby człowiek od własnego swego cienia uchronić się chciał. Lecz jeżeli ludzi takowych życie na świecie trudne, trudniejsza daleko dobra i spokojna śmierć, o jako tam wiele rozerwania, ludzieśmy wszyscy. Komu się to przebóg chce z jednostajnym więc szczęściem pożegnać i honory, urzędy, między inne podzieliwszy tam z sobą biedną jeno koszulę do trunny włożyć. Aleć to inaczej wszystko rozumieć się ma w tym zacnym i wielkim człowieku... (Sobieski 1668: 44)

Z kolei sięgając po zestawienie z uznanymi, wielkimi przykładami, mówca musi mieć świadomość czerpania z uznanej i żywej tradycji. Przez wieki takim rezerwuarem obdarzonym powagą zbiorowego autorytetu były Biblia i antyk. I chociaż podstawa, na której wspiera się służące amplifikacji porównanie, wymaga szczególnej pewności, to podobnie jak w przypadku egzemplum, przywołane przykłady mogą wystąpić w formie krótkiej, kommemoracyjnej (commemoratio) lub rozbudowanej, narracyjnej. W jednym przypadku skrótowe, aluzyjne przywołanie uaktywnia odbiorcę i daje mu poczucie rozumiejącego współuczestniczenia, w drugim – rozwinięcie znanych tematów jest szansą dla mówcy, by ukazując to, co znane, dostarczyć odbiorcy dodatkowej przyjemności estetycznej i wpłynąć na jego emocje (celem jest ornatus i pathos). W konstrukcji wyolbrzymiających porównań pojawiają się również dwa podstawowe schematy, które Krzysztof Obremski, nawiązując do Ernsta Roberta Curtiusa, określił jako wywyższenie i przewyższenie (Obremski 2003: 36–37, Curtius 1997: 170–171). Wywyższenie zrównuje temat z poziomem przykładów, natomiast przewyższenie postępuje o krok dalej, ukazując niezwykłą wielkość, która przenosi to, co było dotąd traktowane jako największe. Schemat ten powszechnie stosowany był już w starożytności, tak np. Izokrates chwalił Euagorasa:

przewyższył nie tylko bohaterów innych wojen, ale nawet tej stoczonej przez legendarnych bohaterów, których wszyscy sławią. Oni wojskiem całej Hellady zdobyli jedynie Troję, Euagoras zaś miał tylko jedno miasto, a walczył zwycięsko z całą Azją. (cyt za: Obremski 2003: 36)

Trudno czasem audytorium zaakceptować podobne uzupełnienie, dlatego zapewne pojawia się wyrażone wprost uzasadnienie: jak tutaj odwołujące się do argumentu ilości, czy jak w pochwalie króla – służące odświeżeniu panegirycznej konwencji, nakazującej porównanie monarchy ze słońcem:

Dobrotliwy Najaśniejszego Króla Jmci P.N.M. proceder inaczej z nami obchodzić się raczy, równo z słoneczną światłością: małym i wielkim alternatę pańskiej udzielasz prezencji, tak dobrze, jako słońce pan swoim jest znajomy poddanym, a lepiej niż słońce promieniami pilności i ustawicznego starania własnym przyświecający państwow, gdyż ten planeta nocy z naszego sobie ekscypował horyzontu, W. K. M. P. N. M. koło dobra pospolitego dni i nocy trawisz. (Kryszpin 1745: 13)

Możliwy jest jeszcze jeden przypadek szczególny, gdy podstawa porównania i porównanie zostają utożsamione, czyjaś wielkość potraktowana jako wyjątkowość ostateczna i on sam staje się miarą dla siebie. Znakomity przykład, wpleciony jednocześnie w skromnościową topikę egzordialną, dał Fabian Birkowski na pogrzebie Piotra Skargi: „Nie mnie by, ale Skardze drugiemu trzeba mówić, bo Skargi nikt, jeno Skarga, chwalić nie może”.

Rozpoznanie, skąd mówca czerpie uznane przykłady, dające odpowiednio wysoko usytuowaną i pewną podstawę dla konstruowania wywyższenia, ujawnia, na jakim poziomie zakłada wspólnotę opinii ze swymi słuchaczami. Może dlatego słowa siedemnastowiecznego mówcy, Jerzego Ossolińskiego wywyższającego pannę młodą, wymagają filologicznego komentarza:

Niech dla swej Angeliki szaleje zapalczywy Orland, niech za Kloryndą bieży Tanared [sic!], swoje porzuciwszy obozy, niech Rynald jednej gładkiej niewolnikiem zostawa. Szczęśliwy W[asza] M[ość] rycerz, gdy bez wielkiej prace i ciekawości, z samej łaski królowej Jej[m]o[ści] sociam thori coniugalis tę bierzesz, która niefarbowaną gładkością, urodzenia zacnością, cnót wysokich bogatym zbiorem, tamte starych wieków ozdoby bez żadnego przechodzi paragonu. (Ossoliński rkps: 527)

Oto uroda i zalety panny przewyższają aluzyjnie przywołane słynne bohaterki poematów Ludwika Ariosta Orland szalony i Torkwata Tassa Jeruzolima wyzwolona, dla których tak wiele musieli wycierpieć wielcy rycerze. W ten sposób wspólnotę z odbiorcami podkreśla także kanon lektury. Jak należałoby się spodziewać, dziś skomplementowanie kobiety czerpałoby z zupełnie innych, raczej nieliterackich obszarów kultury.

Powyższy cytat pozwala przedstawić również ostatnią metodę amplifikacji, zwaną *ratiocinatio*. Termin tłumaczony jako wnioskowanie lub rozumowanie oddaje tylko ogólny charakter tej metody, określa bowiem aktywną postawę odbiorcy, który sam, dokonując właśnie odpowiedniej operacji myślowej, musi dojść do przedmiotu amplifikacji. *Ratiocinatio* jest więc amplifikacją nie wprost, wymagającą domyślności słuchacza, co Jerzy Ziomek określa jako konieczność dokonania przez niego koniektury (*coniectura*), a Kwintyliian wyjaśnia, że efekt tej amplifikacji pojawia się w innym miejscu niż to, gdzie jest ona wprowadzana (Ziomek 1990: 117). Klasyczne, powtarzane przez niemal wszystkie podręczniki jest objaśnienie tej metody na przykładzie pochwały Cezara. Chcąc chwalić Cezara, należy podkreślać potęgę pokonanych przez niego Gallów. Do odbiorcy należy przeprowadzenie rozumowania prowadzącego do wniosku, że ten, kto pokonał tak wielkich wrogów, musiał być wielkim wodzem [20]. Podobny zabieg zastosował J. Ossoliński. Nie pokazuje on wcale, że Angelika, Klorynda i „jedna gładka”, czyli Armida, były „ozdobami tamtych wieków”. Za całą ich pochwałę wystarczy to, że tak wielcy rycerze poświęcili dla nich tak wiele. Słuchacz niejako pośrednio zmuszony jest więc przyjąć, że były one tego warte. Amplifikacja *ratiocinatio* działa tu podobnie jak w jednej z odmian przedstawionych przez Kwintyliana jako opis ofiar poniesionych dla uzyskania chwalonego przedmiotu. Przykład, którym w tym wypadku posługuje się retor, dotyczy wojny trojańskiej: jeśli tak wielu, przez tak wiele lat prowadziło tak okrutną wojnę, to jakże piękna musiała być Helena! Że sposób myślenia, do którego odwołuje się ten typ amplifikacji, nie jest obcy i współcześnie, świadczy reklama. Oto na przykład widz obserwuje młodego człowieka, który pędzi do domu, nie zwraca uwagi na przeszkody, a nawet naraża się na niebezpieczeństwa, by w końcu dopaść – lodówki, w której czeka butelka reklamowanego napoju. Przekaz audiowizualny wykorzystuje wszystkie dostępne mu środki, by historia

była opowiedziana wartko i budowała napięcie, ale schemat jest ten sam – zamiast bezpośredniego chwaleń reklamowanego produktu obraz poświęceń, które towarzyszą jego zdobyciu, narzucający wniosek odbiorcy. Chociaż w tym wypadku trzeba też dostrzec nutę ironii, płynącą z wykorzystania kontrastu wielkich nakładów i „wielkiego” efektu, elementu gry z odbiorcą reklamowym, któremu reklama proponuje też dawkę rozrywki.

Można przywołać jeszcze kilka opisywanych przez podręczniki sposobów osiągnięcia powiększenia przez wnioskowanie. Należy do nich opiewanie następstw wynoszonej rzeczy, ze słynnym, wielokrotnie podejmowanym tematem ruin Rzymu, które paradoksalnie świadczą o niegdysiejszej jego świetności (Buszewicz 2004: 29). Należą szczególnie często spotykane w epice heroicznej wnioskowania o męstwie bohatera przez ukazanie jego broni, wielkich czynów rannego, które czynią wprost niewyobrażalnymi jego dokonania, gdy był w pełni sprawny, także świetności współtowarzyszy, poddanych. Nie dziwi napotkanie tego ostatniego sposobu w zretoryzowanej historiografii średniowiecznej, oto Gall Anonim wywyższa Bolesława Chrobrego:

 Za jego bowiem czasów nie tylko komesowie, lecz nawet ogół rycerstwa nosił łańcuchy złote niezmiernej wagi; tak opływali [wszyscy] w nadmiar pieniędzy. Niewiasty zaś dworskie tak chodziły obciążone złotymi koronami, koliai, łańcuchami na szyję, naramiennikami, złotymi frędzlami i klejnotami, że gdyby ich drudzy nie podtrzymywali, nie mogłyby udźwigać tego ciężaru kruszców. (Anonim tzw. Gall 1989: 32)

Szczególnie częsty w literaturze wydaje się sposób polegający na przedstawieniu przygotowania do zamierzonego działania, czyli z okoliczności uprzednich. W przypadku amplifikacji, jeśli „stęka góra”, to nie może narodzić się mysz. Wielkie przygotowania i niezwykle zjawiska w epice zawsze zapowiadają wielką wojnę. Wspomniane przez retorów odmiany *ratiocinatio* nie wyczerpują bogactwa samego zjawiska. Jednak warunkiem zadziałania jej mechanizmu, odkrycia przez odbiorcę właściwego miejsca, w którym działa wyolbrzymienie, wydaje się wykorzystywanie oczywistych dla niego relacji. Oczywiście ta nie

zawsze wynika z logiki rozumowania, zakodowana jest w kulturze, ale znajduje też motywację psychologiczną. Odbijają się w niej na przykład powszechnie stosowane praktyki autoprezentacyjne (Leary 1999: 42, 44, 50). Rodzice, by podnieść swoją wartość, modelują wizerunek swoich dzieci, idealny mąż podnosi wartość żony, przedmioty, które człowiek posiada, świadczą o nim. Całe spektrum zachowań da się zebrać pod określeniem „pławienie się w odbitym blasku”. Stąd pochodzi wyolbrzymianie zalet ludzi, miejsc, instytucji, z którymi ma się jakiś związek. Klasycznym przykładem jest tu spór 7 starożytnych miast o pochodzenie Homera, ale czyż dzisiaj wielu przykładów nie dostarcza kreowanie wizerunków mało znanych miejscowości? Ludzie skłonni są postrzegać rzeczy powiązane ze sobą jako podobne, a pozornie nieistotne relacje rzeczywiście wpływają na wizerunek człowieka w oczach innych. Zrozumienie tej głęboko zakorzenionej prawidłowości zdaje się przebijać przez metodę amplifikacji ratiocinatio.

W ramach elokucji amplifikacja była porządkowana jako dokonywana za pomocą słów i figur. Amplifikacja słowna polegała na rozbudowywaniu zdania prostego przez dodawanie określeń, formy przeczące, wykorzystanie w tym celu również reguł gramatyki, pozwalających stosować formy po prostu bardziej rozbudowane. Znacznie więcej swobody dawała mówcy amplifikacja osiągnięta przez wykorzystanie figur: ze względu na praktycznie niewyczerpany ich zasób i istotę samej figuratywności. Retorzy proponowali więc różne katalogi figur nadających się do amplifikacji. Znajdowały w nich miejsce figury, które łączyła podobna z amplifikacją inwencyjną metoda organizacji, np. nagromadzenie, dystrybucja, wyliczenie, stopniowanie, klimaks, oraz takie, które mogą pełnić, choć nie zawsze, funkcje wyolbrzymienia, np.: subiectio, correctio, communicatio, praeteritio, brevitatis. Znacząca rola przypada antytezie, która, jak określał to Arystoteles, pozwala przez kontrast każdą rzecz ujrzeć jako większą. Szczególną jednak wagę przywiązywano do figur gwałtownych, służących emocjonalnemu poruszeniu, jak apostrofa, wykrzyknienie, unaocznienie, prozopopeja. Nie sposób śledzić ich wszystkich, trzeba by bowiem za każdym razem poddawać analizie konkretny tekst i pytać o funkcje użytych w nim figur. Niech więc wystarczą dwa przykłady odwołujące się do podobnego sposobu działania, do uobecnienia.

Prozopopeja polega na przytoczeniu słów fikcyjnej postaci. Można by przywołać klasyczne i piękne przykłady, jak końcowa przemowa Rzeczypospolitej z drugiej katedry Cicerona, naśladujące ją zakończenie sejmowej mowy Jana Zamoyskiego (1597 r.), czy jedną z licznych realizacji pojawiających się w mowach pogrzebowych (są to zwykle mowy wkładane w usta zmarłego, ale też np. słowa, którymi ranna ręka Bartłomieja Nowodworskiego daje świadectwo jego męstwa w liście dedykacyjnym Fabiana Birkowskiego). Niech jednak jako ilustracja posłuży propagandowa realizacja prozopopei z przemówienia Władysława Gomułki:

Zdruzgotanie Niemiec przyspieszone naszym wysiłkiem o dzień, o godzinę – to przecież i ratowanie setek najlepszych synów i córek naszej Ojczyzny, którzy giną z rąk zbrodniarzy hitlerowskich. Nasi bracia zza Wisły, dziesiątki milionów Polaków z Krakowa, Łodzi, Torunia czy Poznania wołają do nas wielkim głosem: „Ratujcie nas, wyzwólcie z krwawych łap hitlerowskiego zwierza”. My, którzy przez długie lata hitlerowskiej okupacji byliśmy codziennymi świadkami jego zbrodni, dokonywanych na narodzie polskim, my, którym w walce z krwawym panowaniem hitlerizmu towarzyszyło zawsze widmo śmierci, rozumiemy krzyk naszych braci. (Gomułka 1990: 179)

To, co wydawałoby się przekroczeniem stosowności w ustach mówcy, usprawiedliwia nadmiar emocji, które są uobecnianie poprzez kreację fikcyjnej osoby mówiącej. Następuje jednocześnie podwyższenie tonacji, jak też perswazyjne poszerzenie perspektywy, fikcja zbliża się bowiem do argumentu ze świadectwa.

Inną, działającą poprzez uobecnienie figurą jest hipotypoza, polegająca na takim przedstawieniu rzeczy, zdarzenia, by audytorium czuło się niemal świadkiem wydarzeń. Ogromną rolę odgrywa więc zaangażowanie mówcy, obrazowość w opisie i szczegółowość, jasność w opowiadaniu, wzmacniające prawdopodobieństwo. Przedstawienie unaoczniające może rozrosnąć się do rozmiarów dygresji. A wtedy od mówcy zależy, czy posłuży ona amplifikacji, czy swą rozwlekłością tylko obciąży mowę. Niewątpliwie ten pierwszy przypadek ilustrują słowa Jana Pawła II

z przemówienia z okazji sześćsetlecia Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Jagiellońskiego 8 czerwca 1997 r.:

Wiele było takich szczegółów, które miałem na warsztacie, przygotowując to przemówienie, ale jeden jest taki, który absolutnie muszę dodać, chociaż nie znalazł się w tekście. Mianowicie chcę przypomnieć dzień 6 listopada 1939 roku. Byłem wtedy studentem polonistyki. Oczywiście, była już wojna. Jeszcze tego samego dnia znalazłem się na Gołębiej, to znaczy w naszym zakładzie. Jeszcze rozmawiałem z profesorami – profesorem Nitschem – którzy spieszyli na spotkanie zarządzone przez władze okupacyjne. Z tego spotkania już nie wyszli, nie wrócili do domów, zostali wywiezieni do Sachsenhausen. Takich kart w dziejach Uniwersytetu było na pewno więcej, i nie tylko Uniwersytetu krakowskiego, innych również. Ale to są karty, które sprawiają, że ta nasza Alma Mater potwierdza się jako mater, mater, która cierpi, która składa ofiarę. Wspominam tych moich profesorów, tych zmarłych, tych z obozu, tych, którzy wrócili, a potem niedługo zmarli, i modlę się za ich życie w Bogu. Bo ostatecznie każda matka temu chce służyć, ażeby spełniło się powołanie każdego człowieka, którym jest powołanie w Bogu. (Jan Paweł II 2005: 989–990)

Uzasadnieniem dla wprowadzonej jako dygresja hipotypozy jest wyraziste odwołanie się do etosu mówcy. Ten, który przemawia jako papież, odkrywa swoje osobiste zaangażowanie, łamiąc reguły oficjalności, podkreślając konieczność wypowiedzi improwizowanej. Osadzone w czasie historycznym i w konkretnej rzeczywistości „ja” zyskuje osobisty i określony wspólnotowo wymiar, a jego zaangażowanie w żywe i budowane z okrucichów ukazanie zdarzeń ma siłę świadectwa. Wspiera je prostota zdań i pewna surowość stylu, stosowne w momencie łączącym to, co głęboko przeżyte, osobiście bliskie i obiektywnie wielkie. Dygresyjne uobecnienie przeszłości, choć tak spontaniczne, nie pojawia się przecież w miejscu przypadkowym, ale w zakończeniu. Podstawową regułą, której powinien trzymać się mówca w peroratio jest rekapitulacja i wyolbrzymienie. Zakończenie jest tym miejscem, w którym amplifikacja, możliwa przecież do zastosowania w całej mowie, staje się

obowiązkiem mówcy. Musi on poruszyć słuchaczy i podkreślić znaczenie sprawy. Jan Paweł II poruszył emocje słuchaczy, ale nie to było jedynym celem. Poprzez argument z etymologii i nobilitującą aluzję (uczelnia jako Mater Dolorosa) mówca znajduje wyjaśnienie istoty uniwersytetu. Uobecnienie przeszłości było mu więc potrzebne, żeby tym silniej powtórzyć podstawowe przesłanie przemówienia.

W amplifikacji tkwi wielka siła, według Tacyta „Powiększając i przeciwnie zmniejszając rzecz, wszystkiego mówca dokazać może...” (Tacyt 1938: 35). Czy możliwe jest, by nie istniały granice amplifikacji? Terenem swoistego eksperymentu okazał się w tym względzie panegiryk. Amplifikacja, zawsze silnie wiązana z rodzajem okazującym (genus demonstrativum), stała się jego podstawową regułą. Jednak konsekwencją poddania się panegiryku przesadzie było albo oskarżanie o fałsz, jeśli miary poszukiwano w rzeczywistości, albo przeniesienie go w zupełnie inny, literacki wymiar. Amplifikacja jako środek swobodnej zmiany proporcji, przybliżania i oddalania, skupiania i rozpraszania, odrywając swój obiekt od rzeczywistości, kreuje w zamian świat fikcji (por. Niedźwiedź 2003: 33). A tam rządzi już zainteresowanie, podziw i przyjemność.

Amplifikacja pozostaje ciągle otwartym przejściem pomiędzy retoryką i literaturą. Mówca powinien mieć tego świadomość, ustalając za każdym razem zgodnie z zasadami prawdopodobieństwa i stosowności właściwe granice jej zastosowania.

Wacław Forajter

Wśród tropów i figur

Nie demiurgiem – chirurgiem być,
choćby takim:
nie bardzo precyzyjnym, niepewnym
co znakiem

a co przypadkiem, ale, gdy czegoś
dotyka,
świadomym, że jest ważne to, co się
wymyka

(Barańczak 1998: 19)

Już samo wyrażenie „figura
retoryczna” implikuje, że
w metaforze, jak i w innych tropach
bądź zwrotach, wypowiedź nabiera
cielesności, objawiając formy
i cechy, które zazwyczaj
charakteryzują twarz i „figurę”
ludzką, jakby tropy powodowały
w wypowiedzi niejako cielesną
eksternalizację. Przydając
przekazowi pewien rodzaj
figuralności, tropy sprawiają, że
wypowiedź staje się widoczna.

(Ricoeur 1984: 270)

Roman Jakobson w artykule Dwa aspekty języka i dwa typy zakłóceń
afatycznych powiązał fenomeny przenośni i metonimii z procesami

chorobowymi – wykolejeniem stylu, bezdrożami sensu. Faktem paradoksalnym jest jednak to, iż strukturalista uznał te mechanizmy za konstytutywne także dla języka artystycznego. U podstaw mowy poetyckiej stoi więc błąd, zaś funkcja estetyczna stanowi niewłaściwe – z punktu widzenia tzw. normy językowej – użycie słowa (Jakobson 1989a: 150–175). Wychodząc od powszechnego w czasach najnowszych przekonania o wszechobecności przekształceń metaforycznych, można by więc uznać, iż każdy „akt mowy” (termin Johna L. Austina) posiada charakter przemieszczony, nad-zwyczajny, ekscentryczny, ponieważ wszystkie one – często w sposób niezamierzony – korzystają z języka par excellence figuralnego. Figury pojawiają się w tych wszystkich „gatunkach mowy” (pojęcie Michaiła Bachtina), które wiążą się z pojęciami argumentacji i perswazji. Występują zarówno w mowie, jak i piśmie.

Klasyczna retoryka stworzyła termin określający właściwą tropom anomalię językową (genetyczną). Było nim pojęcie *improprietas*. Dotyczyło ono jednak wyrazów, z których składało się dane wyrażenie figuralne, a nie jego samego. Błędne użycie języka stanowiło, zdaniem starożytnych, narzędzie perswazji i sugestii. *T r o p* b y ł p r e d s t a w i a n y j a k o k o n s t r u k c j a ś w i a d o m a i z o r i e n t o w a n a t e l e o l o g i c z n i e. Retoryka jest w tym kontekście umiejętnością wyzyskania i opracowywania „błędów genetycznych” tkwiących w j ę z y k u (Stępnik 1988: 93). Zjawisko rozszerzenia standardowych znaczeń można powiązać z pojęciem licencji, czyli dopuszczeniem odstępstwa pod pewnymi względami i dla określonych celów (Ziomek 1992:12). Dzięki tej tezie można wyraźnie rozdzielić sferę tych niezwykłych zastosowań słów, jakimi są – użyte w sposób intencjonalny – figury stylistyczne, od pospolitych błędów. Przykładem „licencjonowania” słów użytych w sposób niewłaściwy, czyli nadania im waloru „nadzwyczajności”, jest internetowe „Schronisko słów”, gdzie błędy zostały uprawomocnione, dzięki czemu stały się obiektami kontemplacji estetycznej (zob. www.belle.art.pl/schronisko).

Moim zamiarem nie jest ani przedstawienie kompletnej teorii figur, co w realizacji mogłoby pod względem objętościowym przypominać Retorykę literacką Heinricha Lausberga, ani z ducha dekonstrukcjonistyczne ujawnianie (błędnej) natury języka

i uzurpatorskiego charakteru systemu opozycji metafizycznych, w czym na pewno nie dorównałbym znakomitym poprzednikom – Jacquesowi Derridzie i Paulowi de Manowi. Chciałbym ograniczyć się do omówienia wybranych przypadków z historii figuralnego uniwersum oraz przedstawić kilka rozwiązań praktycznych, które mogłyby uczynić poststrukturalistyczny „kosmos retoryki” przestrzenią bardziej przyjazną nie tylko filologom, ale również tym wszystkim, których interesuje problematyka perswazji językowej, czyli oddziaływania za pomocą słów. Kontekstami najczęściej przeze mnie przywoływanymi będą nie tylko klasyczne rozprawy autorów antycznych, ale także koncepcje „nowej retoryki” oraz te elementy współczesnej wiedzy językoznawczej, które wiążą się z koncepcjami kognitywnymi (np. semantyka prototypów) i lingwistyką pragmatyczną. W centrum zainteresowania stawiam sposoby używania środków stylistycznych w różnych (nie tylko literackich) rejestrach mowy. Mam świadomość własnego uwikłania w figuratywność, ale nie istnieje inne, doskonalsze narzędzie w operacjach dokonywanych na języku – „dzikim mięsie”, „które rośnie w ranie, w otwartej ranie ust, ust, które żywią się kłamliwą prawdą” (Krynicki 1991: 578). Metafora autora Organizmu zbiorowego, wykorzystując skomplikowaną – właściwą literaturze – strategię, której zasadniczym czynnikiem jest zawieszenie „zwykłej” referencji (Ricoeur 1984: 280), odsyła w sposób pośredni do sytuacji egzystencjalnej mieszkańca Polski lat siedemdziesiątych: czytelnika ówczesnych gazet, słuchacza radia, odbiorcy tekstów propagandowych. Za sprawą transformacji ustrojowo-gospodarczej agitacja scentralizowana została zastąpiona wielością komunikatów, korzystających w mniej lub bardziej zawoalowany sposób z funkcji impresywnej. Reklama i publicystyka usiłują wplątać człowieka (po)nowoczesnego w grę „wolności” i „zniewolenia”, ekonomii i władzy. Sugerując przyjęcie określonego punktu widzenia, próbują one przekonać go do wyboru określonego produktu, wizji rzeczywistości czy opcji politycznej. Przekazy tego rodzaju nieodmiennie korzystają z repertuaru chwytów wypracowanych przez retorykę starożytną. Pojęcia stworzone przez Arystotelesa, Cyncerona czy Kwintyliana często jednak nie odpowiadają zjawiskom, które występują w języku współczesnym. Dla antycznych teoretyków „słowo” (znak słowny, łac. „verbum”), oznaczając daną „rzecz” (łac. „res”), pełniło „tout simplement” funkcję referencyjną,

we współczesnych teoriach natomiast językowe zapośredniczenie nie ogranicza się do opozycji „znaczącego” i „znaczonego”, ale składa się z szeregu różnych elementów wypełniających przestrzeń między biegunami owego przeciwstawienia – mam na myśli chociażby pojęcie „interpretanta” sformułowane przez Charlesa Sandersa Peirce’a. Substytucyjna teoria metafory nie wystarcza już do opisu skomplikowanych procesów semantycznych, które dokonują się nie tylko w obrębie szczególnie „śmiałych metafor”, ale także podczas „niezwykłych spotkań słów” w potocznym dialogu, sloganie reklamowym, artykule dziennikarskim czy kazaniu. Zresztą, funkcja estetyczna w najnowszych utworach poetyckich nie realizuje się wcale poprzez wyszukaną leksykę i kunsztowne rymy. Wiąże się ona o wiele częściej z przekształceniami związków frazeologicznych (metafor potocznych, zleksykalizowanych). Opisywane zjawisko występuje – między innymi – w utworach „nowofalowców”, twórców pokolenia „bruLionu” czy poetów związanych ze śląską grupą „Na Dziko” (Maciej Melecki, Krzysztof Siwczyk i inni).

Dla tropu właściwsza wydaje się kategoria oddziaływania niż pojęcie prawdy. Werbalne działania perswazyjne, w tym również manipulowanie za pomocą słów, odwołują się z reguły do wiedzy potocznej utrwalonej w języku („endoxa”), a nie do skomplikowanych dylematów poznawczych, związanych z pojęciem „episteme”. Dążąc do wywarcia wpływu na odbiorcę (pojedynczego człowieka, audytorium, grupę docelową etc.), „podmiot czynności perswazyjnych” [sic!] musi więc założyć istnienie wiedzy wspólnej wszystkim uczestnikom aktu komunikacji. Jej określenie, wyznaczenie pola presupozycji i opracowanie „słownika komunałów”, stanowi warunek decydujący o „fortunności” wypowiedzi, która ma przekonywać do danego stanowiska czy zmuszać do podjęcia określonych działań. Tak więc, oksymoroniczna formuła „kłamliwej prawdy” z tekstu Ryszarda Krynickiego odnajduje swój sens zarówno w stosunku do komunistycznej nowo-mowy, jak i do pluralizmu (pół)-prawd tworzonych przez teksty najnowsze. Figury języka, ze szczególnym wskazaniem na metaforę, nie podlegają przecież kryterium „prawdy” i „fałszu”, co zbliża je do pojęcia quasi-sądów (Ingarden 1988: 229–244).

Sięgając ponownie, tym razem w ramach podsumowania uwag wstępnych, po przerośnię Barańczaka, mogę stwierdzić, że opis tropów – nawet taki, który nie rości sobie prawa do ujęć całościowych – musi być prowadzony z „chirurgiczną precyzją”, stawką jest bowiem życie lub śmierć. Odsyłając do rozróżnienia na metafory „żywe” i „martwe” (Derrida, Ricoeur) lub „drzemiące” i „czynne” (Black 1983: 263), chciałbym uwydatnić rolę potocznej frazeologii w dyskursie argumentacyjnym z naukowymi – dotyczącymi „istoty” wyrażenia przerośnego – polemikami włącznie.

Jestem przekonany, iż problematyka TROPÓW powinna być wiązana z wszystkimi elementami strategii retorycznych, a nie tylko (jak chcieli tego klasycystyczni teoretycy „ars bene dicendi”) z działem elokucji. Figura ma charakter dyspozycyjny (a także inwencyjny i elokucyjny), oraz stanowi coś w rodzaju instrumentu: jest rzeczą ułożenia i zastosowania (Stępnik 1988: 86). Łączy się ona ze sztuką argumentacji o ile, „pociągając za sobą zmianę punktu widzenia, jej użycie wydaje się normalne w stosunku do zasugerowanej, nowej sytuacji. Jeżeli natomiast mowa nie powoduje akceptacji danej formy argumentacyjnej przez słuchacza, figura będzie postrzegana jako ozdoba, jako figura stylistyczna. Będzie ona mogła wzbudzać podziw, ale tylko w płaszczyźnie estetycznej bądź jako świadectwo oryginalności mówcy” (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 226). Tropy odróżniają się od innych figur tym, że stanowią swoiste „przekształcenia semantyczne”. Podstawowym modusem dyspozycji w tropie jest „zamiana” („immutatio”): „metonimia dosłownie oznacza «zamiennię», synekdocha jest użyciem całości zamiast części lub na odwrót, metafora jest «przerośnią» i «przemienieniem» (oznacza także «zmianę», «fazę księżycą»)” (Stępnik 1988: 85).

METAFORA (gr. „metáphora”, łac. „translatio”, pol. „przerośnia”) jest uważana w klasycznych podręcznikach retoryki za najważniejszy z tropów. Jej zakres wykracza zdecydowanie poza sferę „sztuki wymowy”. Występuje ona w komunikacji potocznej, w poezji, polityce, ekonomii, religii, reklamie, „słowem tam, gdzie posługujemy się językiem” (Stępnik 1988: 86). Jest także wykorzystywana w różnych formach psychoterapii, naukach przyrodniczych, estetyce i teologii. Osobnym problemem, którego istnienie jedynie sygnalizuję, stanowią metafory obecne

w rozmaitych „stylach funkcjonalnych”: socjolektach i językach zawodowych. Ich użytkownik, w przeciwieństwie do osób spoza danego kręgu społecznego czy pracowników danej branży, z reguły nie dostrzega faktu, iż korzysta z wyrażeń o charakterze figuratywnym. Zainteresowanych problematyką odsyłam do popularnych słowników „najmłodszej polszczyzny” autorstwa Bartłomieja Chacińskiego (Wypasiony słownik..., Kraków 2003; Wyczesany słownik..., Kraków 2005), w których pomieszczono analizy słów pochodzących z różnych rejestrów mowy: slangu hip-hopowego, języka uczniowskiego, żargonu studenckiego, gwary przestępczej i innych.

Większość pojęć filozoficznych została ufundowana na wyrażeniach przenośnych, które zatarły swój pierwotny charakter i stały się ideami: „Pojęcia abstrakcyjne zawsze skrywają figurę zmysłową” (Derrida 1986: 306). Filozofia racjonalistyczna i jej skrajna postać: doktryna sensualistyczna wypierały się tego związku, postulując oczyszczenie języka ze wszystkich naleciałości metaforycznych. Niemniej jednak przenośnia stanowi rodzaj budowli pojęciowej, do „której uciekają się filozofowie, aby myśl wymodelować, ukazać w świetle porównania, analogii, mitu”. Przykładami tego typu konstrukcji są na przykład: „jaskinia” Platona, „posąg” Condillaca, „Lewiatan” Hobbesa i „nadczłowiek” Nietzschego. W każdym systemie filozoficznym występują przenośnie (np. metafory: drogi, ścieżki, labiryntu, światła, maszyny, domu) (Stępnik 1988: 232). Wyrażenia metaforyczne są charakterystyczne nawet dla dyskursu Kartezjusza, „założyciela” współczesnego racjonalizmu. Filozofia „określa metaforę jako tymczasowe zagubienie sensu, jako oszczędność, która jednak nie powoduje niepowetowanych szkód w dobytku, jako odwrót z pewnością nieunikniony, ale dziejący się w historii i w którego horyzoncie rysuje się, po zatoczeniu okręgu, powrót do właściwego sensu. Dlatego właśnie sposób, w jaki filozofia odnosi się do metafory, zawsze jest dwuznaczny: metafora jest czymś zagrażającym i obcym wobec oglądu (zobaczenia lub dotknięcia), wobec pojęcia (uchwycenia lub właściwej obecności signifié), wobec świadomości (bliskości własnej obecności); ale zarazem metafora jest współniczką tego, czemu zagraża, jest niezbędna w takiej mierze, w jakiej odwrót jest powrotem określonym przez funkcję podobieństwa” (Derrida 1986: 317).

Głównym obiektem mojego zainteresowania nie będą ani metafory filozoficzne, ani przerośnięte poetyckie (powyższymi uwagami chciałem jedynie zasygnalizować wagę i rozległość teorii figuralnych użycia języka), a sposoby wykorzystywania omawianego tropu w sztuce perswazji.

Przerośnięta jest bowiem w retoryce podporządkowana regułą mowy publicznej. Mieści się w planie sterowania opinią i emocją. Pełni funkcję chwytu, który jest w stanie oddziaływać na adresata zbiorowego, prowokować oczekiwane reakcje. Jest środkiem wyzwalania emocji (Stępnik 1988: 177).

Wyrażenia przerośnięte, jak wynika z ustaleń językoznawstwa kognitywnego, określają system pojęć, którymi posługujemy się na co dzień; stanowią podstawowe tworzywo wiedzy potocznej – umożliwiają zbliżenie nowych sfer doświadczenia ze światem „ludzkim” (Lakoff, Johnson 1988: 25). W koncepcji kognitywnej – zgodnie z regułą „Pokaż mi swoje metafory, a powiem ci, kim jesteś” – nie chodzi o definicje, ale o sposoby, w które ludzie znajdują klucze do pojęć, jak je rozumieją i jak zgodnie z nimi działają. Pojęcia występujące w definicjach metaforycznych odpowiadają bowiem naturalnym rodzajom doświadczeń, ponieważ stanowią wytwór ciała ludzkiego (aparatu postrzegania i motorycznego, struktury uczuciowej, zdolności umysłowych) oraz interakcji z otoczeniem fizycznym (manipulowanie przedmiotami, jedzenie itd.) (Lakoff, Johnson 1988: 144). Charakteryzują one również świat wartości obowiązujących w danym społeczeństwie. Język, zbiór metafor, w wyniku swoistej „umowy społecznej” ulega częściowej stabilizacji, która polega na ustaleniu związku między „rzeczą” a „słowem”. Prawda i język zyskują tutaj wymiar „stadny”. Prawdą jest to, co zapewnia społeczności porządek, kłamstwem zaś – to, co przynosi nieprzyjemne dla niej konsekwencje (Nietzsche 1993: 189). Człowiek odczuwa lęk przed światem jako przed czymś z gruntu mu obcym i wrogim. Między nim a otoczeniem rozpościera się „przepaść nieznanego”. Przetrwąć znaczy zasypać ową przepaść, znieść różnicę między «ja» i «nie-ja», słowem, ośwoić to, co obce. „Umożliwia to w pierwszej kolejności język, który dzięki swym tropicznym właściwościom – antropomorfizuje rzeczywistość” (Pietrzak 2005: 2).

I tak, formuła „CZAS TO PIENIĄDZ”, nadająca trwaniu wartość ekonomiczną, przekłada się na takie zjawiska jak: wynagrodzenie za godzinę pracy, budżet roczny, okresowe pożyczki na procent czy nawet impuls telefoniczny. Opozycja „GÓRA – DÓŁ” jest w potocznej frazeologii również nacechowana pod względem aksjologicznym. Wartość ujemną wyrażają zwroty oznaczające ruch „w dół” (np. „dennie”, „wpaść w depresję”, „wzloty i upadki”, „w dołku”, „zdołowany”), „góra” natomiast wiąże się z oceną dodatnią („uskrzydłony”, „podnieść się” itd.). Dowodem na występowanie kategoryzacji naturalnych w każdym języku oraz twórczych przekształceń pojęć-słów są przykłady zaczerpnięte z żargonu (nie tylko pochodzących z Jamajki) zwolenników rastafarianizmu – quasi-mistycznej doktryny spopularyzowanej przez wykonawców muzyki „roots reggae” i „conscious ragga”. „Mowa Rasta jest połączeniem biblijnych sformułowań z kreolską wymową i percepcją słowa, przefiltrowanym przez rastafariańską świadomość. Np. słowo «deadline» (termin) ewidentnie zawiera rdzeń «dead» (martwy). A kto chce kojarzyć myśli o swoich przedsięwzięciach ze słowem oznaczającym śmierć? Mniej ewidentnie «śmierć» jest także zawarty w słowie «dedicate» (dedykować) – w sylabie «ded». Tym samym, płyty, piosenki, wiersze nie są «dedykowane», tylko «liv-ikowane» (od «live» – żyć). [...] Słowo «oppression» (opresja, prześladowanie) zawiera dla kreolskich uszu [sufiks – W.F.] up – w górę, do góry. Prześladowanie jest, owszem, naciskiem (-press-), ale w dół, a nie do góry, dlatego powinno być określane adekwatnie, stąd «down-pression» (spychanie w dół)” (Gołaszewski 1990: 89).

„Językowy obraz świata” stanowi odbicie wyobrażeń danej zbiorowości o sobie, panujących w jej obrębie stereotypów, metod poznawania rzeczywistości i obiegowych sądów. Wprawia on „figurę” w ruch, wplątuje w przestrzeń dynamicznych, krzyżujących się konotacji. Zarzuca na nią siatkę skojarzeń równie często wyszukanych, jak pospolitych. Metafory, zdaniem Gastona Bachelarda, „uwodzą” rozum. Ich mechanizm perswazyjny przypomina o wspólnej etymologii pojęć „figury” i „fikcji” – łacińskim czasowniku „fingere”. Przenośnie biorą znaczący udział w modelowaniu wyobrażeń o rzeczywistości. Fingując poznanie, stanowią istotny element rozumowania „dialektycznego” (dotyczącego opinii). W tym paradygmacie wartości uniwersalne to jedynie instrumenty

argumentacji, zaś test „na obiektywność musi być nieustannie ponawiany: wynik, nawet gdyby był korzystny, oznacza wyłącznie domniemanie, nie zaś konieczność lub oczywistość”. Prawda filozoficzna stanowi więc formę argumentacji, której celem jest skłonienie do przyjęcia analogii i metafor „jako centralnych składników pewnej wizji świata” (Perelman 2002: 73).

Przenośnia o charakterze perswazyjnym powinna odwoływać się do systemu wspólnych skojarzeń, czyli: do konotacji[21]. Porozumienie [la connivence] między mówcą a słuchaczem jest bowiem zawsze tylko częściowe: ani jeden ani drugi z uczestników nie zdaje sobie sprawy z genezy wyrażenia przenośnego. Siła metafory pochodzi z ich zżycia się z nią oraz dość nieprecyzyjnej znajomości analogii, która znajduje się u jej źródła (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 547). T a k w i ę c, n a d a w c a k o m u n i k a t u, k t ó r y m a p r z e k o n y w a ć, p o w i n i e n k o j a r z y ć z s o b ą s ł o w a o k o n o t a c j a c h c z y t e l n y c h, o b e c n y c h w e f r a z e o l o g i c z n y c h z a s o b a c h j ę z y k a. Z a b i e g i t e g o r o d z a j u w y s t ę p u j ą n a s z e r o k ą s k a ł ę w p r z e m y ś l e r e k l a m o w y m, k t ó r y – w y k o r z y s t u j ą c s t e r e o t y p o w y ś w i a t l u d z i d a n e g o k r ę g u k u l t u r o w e g o – t w o r z y r z e c z y w i s t o ś ć w t ó r n ą – w y i d e a l i z o w a n y „ś w i a t z e s ł ó w”. I d i o m y (w y r a ż e n i a i z w r o t y, p r z y s ł o w i a i t d.) n i e s ą b o w i e m n i c z y m i n n y m, j a k t y l k o s y s t e m e m m e t a f o r, k t ó r y c h z n a c z e n i e p i e r w o t n e s i ę z l e k s y k a l i z o w a ł o, z a t a r ł o. P r z e c i ę t n y u ż y t k o w n i k j ę z y k a, t r a k t u j ą c f r a z e o l o g i z m y j a k o w y r a ż e n i a d o s ł o w n e, n i e i d e n t y f i k u j e i c h j a k o p r z e n o ś n i. M e t a f o r a „d r z e m i ą c a” m o ż e j e d n a k z o s t a ć „p r z e b u d z o n a” i o d z y s k a ć c h a r a k t e r c z y n n y. N a j c z ę s t s z ą, s t o s o w a n ą w t y m c e l u p r o c e d u r ą j e s t s k o n s t r u o w a n i e w o p a r c i u o p r z e n o ś n i ę „u ś p i o n ą” n o w e j a n a l o g i i (P e r e l m a n, O l b r e c h t s - T y t e c a 1 9 7 0 : 5 4 3). N a j a t r a k c y j n i e j s z e p e r s w a z y j n i e w y d a j ą s i ę s y t u a c j e „o d ś w i e ż e n i a” (d e l e k s y k a l i z a c j i) d a w n y c h z n a c z eń m e t a f o r y j ę z y k o w e j, n p.: „d z i e c i ń s t w o, k t ó r e u c h o d z i n a s u c h o” (r e k l a m a p i e l u s z e k), „c z y s t y z y s k” (p r o s z k u d o p r a n i a), „k u p g o n a w ł a s n ą r ę k ę” (z e g a r k a). O ż y w i e n i e („p r z e b u d z e n i e”) m e t a f o r y m o ż e b y ć t a k ż e z a m i a n ą z w y c z a j o w e g o

kontekstu poprzez wprowadzenie wyrażenia metaforycznego w warunkach, które, nadając mu charakter niezwykły, pozwalają zwrócić uwagę na zawartą w nim przenośnię (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 545–546).

Kwestia wartości wiąże się nie tylko z intencjami nadawcy, ale także ze sferą emocji odbiorcy. Wyobraźnia i uczucie były ściśle powiązane w klasycznych teoriach metafory – retorykę nieodmiennie określano jako strategię mającą za cel przekonywać i sprawiać zadowolenie. Teoria metafory nie jest zatem kompletna, jeśli nie ukazuje miejsca i roli uczucia w procesie przenośnym. Uczucie i wyobraźnia dopełniają semantyczny aspekt metafory (Ricoeur 1984: 289). Francuski hermeneuta polemizował w ten sposób z ustaleniami Iana A. Richardsa i Maksa Blacka, twórców „interakcyjnej” teorii wyrażeń przenośnych. Powstała ona, ponieważ funkcjonujące dotychczas sposoby rozumienia zjawiska okazały się niewystarczające. Retoryki renesansowe i późniejsze nie wyszły bowiem poza definicję Arystotelesa, który rozumiał metaforę jako przeniesienie „na imię obcego znaczenia, na rodzaj z gatunku, na gatunek z rodzaju, na jeden gatunek z drugiego, lub na przeniesieniu na podstawie pewnej propozycji (analogii)” (Arystoteles 1951: 44).

Black w kanonicznym tekście o wyrażeniu przenośnym dokonał krytyki teorii substytucyjnej, do której zaliczył wszystkie nawiązania do opinii Stagiryty – sądy, głoszące, iż „każde wyrażenie metaforyczne zostaje użyte w miejsce równoważnego wyrażenia literalnego” (Black 1971: 89). Badacz podważył także koncepcje, uznające ten trop za formę „skróconego porównania”. Osobiście uważam, iż sprowadzanie metafory do wyrażenia dosłownego – tak jak miało to miejsce w tradycyjnych koncepcjach – przypomina absurdalne wysiłki hipotetycznego studenta, który, przygotowując się do egzaminu z historii literatury, streszczałby za pomocą kolokwialnych skrótów przeczytane wiersze. Tym samym, pominałby tę istotną jakość, którą stanowi w tekście „funkcja poetycka”, i zignorował znaczenia ewokowane przez językowe ukształtowanie utworu.

Metafora składa się z dwóch elementów:
„p r z e d m i o t u p o d s t a w o w e g o” (c z ł o n u

o k r e ś l a n e g o) i „p r z e d m i o t u w t ó r n e g o” (o k r e ś l a j ą c e g o). Słowa użyte nieliteralnie stanowią „ognisko” wypowiedzi metaforycznej, przeciwstawione dosłownej „ramie” – kontekstowi (Black 1983: 265). We frazie „Małżeństwo to rozgrywka o wyniku zerowym” pierwszym z nich jest „małżeństwo”, drugim zaś – „rozgrywka”. Połączenie tematu pierwotnego z wtórnym można zaznaczyć na różne sposoby: poprzez prosty związek zależności (przydawki dopełniaczowe: „zmierzch życia”, „ocean fałszywej wiedzy”), za pomocą przymiotnika („b ł y s k o t l i w e wystąpienie”), czasownika („Z a c z ą ł p i s z c z e ć”) lub zaimka dzierżawczego („n a s z e W a t e r l o o”) (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 539). Gdy w wyrażeniu są obecne oba człony, mamy do czynienia z przenośnią „i n p r a e s e n t i a” , jeśli zaś zostaje zwerbalizowany jedynie „przedmiot wtórny”, powstaje metafora „i n a b s e n t i a”. W drugim wypadku odbiorca (czytelnik), aby zrozumieć sugerowane sensy, musi zidentyfikować kontekst, którym jest „przedmiot pierwotny”. Zjawisko występuje chociażby w przyswojonych przez daną kulturę przekazach parabolicznych oraz w przysłowiaach – utartych zestawieniach słów, na przykład: „Cicha woda brzegi rwie” (o człowieku cichym, lecz wymykającym się zakazom, potrafiącym komuś szkodzić), „Ptaszek wyfrunął z klatki” (o zbiegłym więźniu), „I skała z wiekiem kruszeje” (gdy studenci mówią tak o wiekowym, a niegdyś wybitnym profesorze) (przykłady podają za: Dobrzyńska 1994: 15, Japola 1983: 141).

Istotę mechanizmów rządzących wypowiedzią metaforyczną stanowi projekcja „na przedmiot podstawowy pewnego zespołu «implikacji skojarzeniowych» zawartych wespole implikacji, jakie niesie ze sobą przedmiot wtórny” (Black 1971: 266). Oba elementy wchodzą z sobą w związek, oddziałują na siebie, modyfikując nawzajem swoje właściwości. Obecność przedmiotu podstawowego zachęca do wybrania niektórych właściwości przedmiotu wtórnego i pobudza go do skonstruowania podobnego zespołu implikacji, który da się dopasować do przedmiotu podstawowego, oraz – analogicznie – powoduje odpowiednie zmiany w przedmiocie wtórnym (Black 1971: 266). Narzędzie niezwykle

przydatne do interpretacji wypowiedzi metaforycznych stanowi koncepcja metafory jako rodzaju predykcji (orzekania o danym przedmiocie).

Działanie nadawcy składa się, w tym ujęciu, z następujących elementów: identyfikacji podmiotu wypowiedzi – „tematu głównego” metafory (X-a, „przedmiotu pierwotnego”), przywołaniu opinii na temat Y-a, tematu pomocniczego („wtórnego”) metafory, wyboru pewnych cech Y-a, które w danej sytuacji można przypisać X-owi, i, w końcu, przeniesieniu ich na X (Dobrzyńska 1994: 15).

W przywołanym wcześniej przykładzie „małżeństwo” (X) jest postrzegane w kategoriach gry, rywalizacji (Y). Ten sposób „oglądu” tematu „pierwotnego” sugeruje, iż działania obojga małżonków są wynikiem chłodnej kalkulacji, że opierają się na określonych strategiach. Snując sieć metaforycznych skojarzeń, mógłbym rzec, iż małżonkowie – rywale to nic innego jak dwa odrębne państwa, z których każde prowadzi własną politykę zagraniczną. Ich współdziałanie zdaje się określać formuła „chwiejnej równowagi”, balansowanie na krawędzi porozumienia. Black, od którego pożytyłem przenośną frazę, konkludował: „małżeństwo, w którym można widzieć współzawodnictwo, «rozgrywkę» wymagającą zręczności i wyrachowania, nie jest małżeństwem tego rodzaju, jakie zawiera się w niebie” (Black 1983: 267).

Odmianę metafory stanowi personifikacja – wszystkie personifikacje są metaforami, ale nie odwrotnie (Valesio 1986: 282). Taki zabieg ukazują następujące frazy przenośne: „Inflacja zaatakowała podstawy naszej gospodarki”; „Inflacja p r z y p a r ł a nas do muru”; „Złoty został zniszczony przez inflację”; „Inflacja ograbiła mnie z oszczędności”. Spadek wartości pieniądza został w nich przedstawiony w kategorii „wroga” odznaczającego się agresywnością i brakiem skrupułów, wręcz: złodzieja-rabusia. Analogiczny przykład: powiedzieć o nałogowym palaczu, iż wreszcie d o p a d ł go rak, to tyle, co określić chorobę jako prześladowcę.

Zdaniem zwolenników *via pragmatica*, tradycyjne (statyczne) pojęcie metafory musi zastąpić d y n a m i c z n a n o t a c j a „m e t a f o r o w a n i a”, zaś językowy „obiekt” – działanie się, akt mowy

(ang. „speech act”), to, co nadawca i odbiorca robią (Japola 1983: 146). Reguły aktów illokucyjnych określają, czy dany akt jest skutecznie („fortunnie”) wykonany, w ten sam sposób, w jaki reguły gramatyczne określają, czy wytwór aktu lokucyjnego (zdanie) ma właściwą formę. Różnica między nimi polega na tym, że reguły gramatyczne dotyczą związków między dźwiękami, składnią i semantyką, a illokucyjne – relacji między ludźmi (tezy Richarda Ohmana; cyt. za: de Man 2004: 19). Przenośnie posiadają więc charakter performatywny, zaś procedury tworzenia i odbioru metafor, by stać się udanymi aktami mowy i wywrzeć określony skutek, muszą spełnić kilka warunków. Należy – przede wszystkim – ustalić stosowne okoliczności metaforowania. Nadawca musi stworzyć odpowiednią wypowiedź metaforyczną a odbiorca – odebrać wyrażenie jako „nadzwyczajne” (niedosłowne) użycie języka. Komunikat ma posiadać zakończenie oraz być wysłuchany w całości przez odbiorcę („zasada kooperacji” Paula Grice’a; zob. np. Lewiński 2000). Adresat nie może rozpocząć kłótni o prawdziwość przenośni (Japola 1983: 149). Dysponuje on natomiast – o ile nie akceptuje implikowanej przez metaforę oceny – możliwością jej „rozbrojenia” (terminologia Dobrzyńskiej). Zabiegi te występują w publicystyce politycznej, gdzie przenośnie wykorzystują tworzywo pojęciowe dobrze zakorzenione w osobistym doświadczeniu odbiorcy, który może bez trudu wytworzyć pożądany sens przenośni. Metafory te narzucają jednoznaczne wartościowanie. Ambivalencja znaczenia jest niepożądaną cechą dyskursu, który ma przekonywać do (swoich, partykularnych) racji, zaś wykorzystywane w przenośni skojarzenia mają zwykle charakter stereotypowy i to zapewnia możliwość porozumienia się (Dobrzyńska 1994: 22). To język właściwy prasie różnych partii, przestrzeni słów autorytarnych lub/i wystawianych „na sprzedaż” opinii publicznej czy określonej grupie docelowej. Wypowiedzi te, narzucając sugestywną perspektywę oglądu pewnych zjawisk, mogą przyczynić się do sukcesu męża stanu, publicysty czy do pomnożenia dóbr właściciela przedsiębiorstwa. Walka w świecie metafor stricte „jednoznacznych” przypomina zabiegi ekip saperskich – „rozbrajanie” przenośni polega w tej przestrzeni na

odwracaniu jej wartości aksjologicznej. Jeśli „dana metafora ukazuje określone zjawisko w sposób pozytywny, trzeba spowodować, żeby naświetlone ono zostało negatywnie, i vice versa – żeby zjawisko ujęte negatywnie ukazało swe pozytywy” (Dobrzyńska 1994: 145).

Istotnymi aspektami metafory „czynnej” są: „emfaza” i „rezonansowość”. Wypowiedź emfaticzna wyklucza wariacje oraz zamianę użytych w niej wyrazów na inne. Metafory rezonansowe mają – z kolei – zastanawiać i zaciekawiać niewyrażonymi implikacjami. Ich twórcy wymagają od odbiorcy współdziałania w rozumieniu tego, co kryje się za słowami (Black 1983: 264). Chciałbym pod tym kątem sprawdzić przenośnie pojawiające się w tekście piosenki Wirtualna miłość grupy „Tyton & The Transistors”, autorów ścieżki dźwiękowej do filmu Wesele Wojciecha Smarzewskiego (2004). Nośnikiem akcji Wirtualnej... jest korespondencja elektroniczna, jaka nawiązała się między bohaterem a „tajemniczą nieznajomą” z Internetu: „któregoś ranka odpaliłem swój komputer,/ by w gorączce sprawdzić, czy jest jakiś list/ kiedy tylko zobaczyłem mail «I love you»,/ serce mi zaczęło tłuc ze wszystkich sił/ lecz niestety to był ów przekłęty wirus,/ co kasuje ci na zawsze twardy dysk/ razem z nim przepadła moja wielka miłość,/ wszystkie pluginy i mój platoniczny film”. W cytowanych zdaniach fabuła o groźnym wirusie komputerowym została osnuta na kanwie kiczowatego melodramatu, zaś stereotypowa „choroba” miłości – upodobniona do zmyru użytkowników globalnej sieci. Bohater wyraża swą kondycję słowami: „ma samotność niczym Wszechświat trwa i trwa”. Tym samym składa on akces do towarzystwa wielbicieli seriali, tanich romansów i stereotypów poznawczych. Ryszard Tymański (autor) wniósł ironicznym tekstem Wirtualnej... pomnik miernocie i zakłamaniu, które – w większym lub mniejszym stopniu – określają wszystkich bohaterów filmu Smarzewskiego, zaś jego metafory można uznać za bardzo sugestywne, „mocne”, ponieważ są one zarówno emfaticzne (jedyne w swoim rodzaju), jak i rezonansowe (dają do myślenia).

Warto na koniec przypomnieć o kolosalnym znaczeniu kontekstu dla „fortunności” wypowiedzi metaforycznej. Status „tła” może być

rozchwiany i niejasny, zawsze jednak przenośny „akt mowy” stanowi nawiązanie do pewnego modelu rzeczywistości – językowej wizji świata, uporządkowanego (mniej lub bardziej) pod względem aksjologicznym. Znaczenie procedury uaktywniania przenośni „drzemiących” (genetycznych, językowych, „wygasłych”) – zabiegu kreowania rozmaitych „oglądów” komponentów rzeczywistości na bazie istniejącej frazeologii, jest – z punktu widzenia teorii argumentacji – wprost bezcenne.

Tradycyjne poetyki uznawały metaforę za bliską METONIMII (łac. „summatio”, „denominatio”; pol. „zamiennia”). Tropem tym rządzi mechanizm zastąpienia wyrazu właściwego innym, pokrewnym znaczeniowo. Sprowadza się ona do następujących przekształceń semantycznych: zamiany skutku na przyczynę, przyczyny na skutek, posiadacza na rzecz posiadaną, znaku (atrybutu) na rzecz oznaczaną. Wspomniane mechanizmy transformacyjne występują w grupie następujących zamienni: „A k r y l zawojował świat sztuki”, „Gazeta nie przybyła jeszcze na konferencję prasową”, „O n p o t r z e b u j e silniejszej ręki, bo zejdzie na psy!”, „O n r o b i w m u z y c e”, „P a n i H e l a krzywi się na dżinsy”, „U n i w e r s y t e t nigdy się na to nie zgodzi”, „Biały Dom milczy”. Współczesne teorie pragmatyczne odróżniają przenośnię od metonimii na podstawie tego, iż ta pierwsza pełni funkcję orzekającą, zaś w przypadku drugiej nie zachodzi napięcie między przedmiotem głównym i wtórnym (Dobrzyńska 1992: 27). To takie wyrażenie, w którym przedmiot „wtórny” w terminologii Blacka jest częścią przedmiotu „pierwotnego”. Pierwszy z nich jest w metonimii zwerbalizowaną nazwą o wyraźnie ustalonej konotacji, która zostaje odniesiona do szerszego zbioru będącego tematem, zazwyczaj niezwerbalizowanym. Między dwoma komponentami przenośni zostaje nawiązana gra znaczeń, która w skrajnych wypadkach prowadzi do możliwości zamiany ich pozycji. „Metonimia natomiast polega na zastąpieniu jednego słowa właściwego (verbum prioprium) drugim słowem, o tyle też właściwym, że odnoszącym się do tej części

zakresu, która jest najsilniej nacechowana znaczeniowo” (Ziomek 1994: 215). Stosunek obu tropów, wbrew dychotomicznemu, Jakobsonowskiemu podziałowi tropów na metaforyczne i metonimiczne, nie jest relacją komplementarną – przenośnia i zamiennia nie uzupełniają się wzajemnie, tak by wszystko, co jest tropem poetyckim było albo metaforą, albo metonimią (Ziomek 1994a: 214).

Tworzenie oraz odbiór metonimii wiążą się nierozzerwalnie ze sferą kulturowej praxis – zamiennia jest tropem pozornie językowym lub parajęzykowym. Uznakowanie poprzedza werbalizację – powstaje w sferze „rzeczy” i jest przez „mowę” komunikowane. Metonimia ma pod względem językowym kształt elipsy, zaś powody, dla których „kaszmir” oznacza – „materiał z Kaszmiru”, „koniak” – „alkohol z Cognac”, „adidasy” – buty sportowe, niekoniecznie wyprodukowane przez znaną, niemiecką firmę, „znajdują się w sferze semiotyzacji kultury” (Ziomek 1994: 211). Metaforę cechuje dążenie do reklasyfikacji doświadczanego świata, metonimia natomiast stanowi skutek znaczącego „kadrowania” rzeczywistości, to jest działań polegających na wyznaczaniu w obrazie świata jego odpowiednich fragmentów jako elementów istotnych (Ziomek 1994: 212): „«Żagiel» dlatego oznacza statek, że jest w przekonaniu danej zbiorowości najważniejszą jego częścią. [...] Ponieważ w żywym inwentarzu wsi najważniejsi byli poddani chłopci, czyli ludzie, majątek obliczano w ilości «dusz»” (Ziomek 1994: 212). Metonimie charakteryzują się arbitralnością i konserwatyzmem – od dawna używa się form „pióro”, „pędzel”, „dłuto” zamiast „pisarz”, „malarz”, „rzeźbiarz”, chociaż spośród tych przykładów tylko „pędzel” i „dłuto” pozostał narzędziami „malarza” i „rzeźbiarza”. Wynika więc z tego, iż zamiennia nie poddaje się innowacjom technicznym. – piszemy „stalówkami, długopisami, maszynami do pisanie, a przecież żadna z tych nazw nie stała się metonimią” (Ziomek 1994: 214).

W przeciwieństwie do metafory, która odnosi się do lingwistycznych konotacji, obiecuje ona „przyległość” słowa z rzeczą, kusi pokusą „łat-

wej” referencji – odniesienia bezpośredniego. Na tę cechę wyrażenia metonimicznego wskazywało wielu badaczy (np. Dobrzyńska 1992: 27 i n.). Tezę tę można jednak podważyć w przekonujący sposób, związek metonimii z realizmem nie wynika z rzekomo wspólnego metonimii i realizmowi „rzutowania z linii najczęściej spotykanego kontekstu na linię substytucji i selekcji” [cytat z tekstu Jakobsona – W.F.], ale z tego, iż „metonimia jest tropem językowym silnie przeźroczystym dla kulturowo zsemiotyzowanej rzeczywistości” (Ziomek 1994: 216– 217).

Za odmianę przesunięć metonimicznych uważa się SYNEKDOCHĘ (łac. „intellectio”, pol. „ogarnienie”). W zabiegu tym „użyte słowo uzyskuje znaczenie bardziej ogólne lub bardziej szczegółowe” (Korolko 1988: 108). Zwykło się wyróżniać następujące mechanizmy właściwe temu tropowi: a) wprowadzenie nazwy części zamiast całości („żagiel” jako ekwiwalent „statku”), całości w miejsce części, b) gatunku w zamian za rodzaj (i na odwrót) oraz c) wprowadzenie następnika zamiast poprzednika. Współcześnie zatarły się ostre granice między zamiennią a ogarnieniem. „Wszystko bowiem lub prawie wszystko może stanowić część jakiejś większej całości; w ten sposób otwiera się niezmiernie pole stworzenia synekdoch” (Ruwet 1977: 269).

Zdaniem członków „Grupy μ ” („Mi”), autorów *Rhétorique générale*, synekdocha jest podstawową figurą retoryczną, metafora zaś stanowi jedynie iloczyn dwóch synekdoch. Teoria ta została poddana krytyce nie tylko przez francuskich teoretyków, ale również przez badaczy z Polski (Ziomek) i Japonii. Romanista z Tokio stwierdził, iż „nie istnieje trop naprawdę zasługujący na miano synekdochy, istnieją tylko synekdochy fałszywe, a ich zazwyczaj cytowane przykłady, poddane głębszej analizie, okazują się albo metonimią, albo metaforą, albo też wyrażeniami normalnymi (a więc nie tropami)” (Sato 1986: 249). Dwa typy synekdochy („część zamiast całości” i „całość zamiast części”; podpunkt a) są w istocie tylko metonimiami, stosunki między częścią a całością nie zawsze bywają bowiem tak proste jak w owym znanym przykładzie o k r ę t u wyposażonego w ż a g i e l (tamże: 250). Na przykład, wyrażenie „zapłaciliśmy tyle a tyle na głowę” okazuje się synekdochą

falszywą, rodzajem metonimii – głowa bowiem współistnieje z człowiekiem i nie istnieje żadne skuteczne kryterium, które mogłoby odróżnić przyległość zewnętrzną od wewnętrznej (tamże: 253). Usiłując zredefiniować pojęcie, Sato podał przykład sytuacji, opierającej się na nieporozumieniu: nietrzeźwy robotnik na pytanie policjanta o tożsamość odpowiada, że jest człowiekiem. „Dla tego dziwnie sympatycznego pijaka nie ma w powyższej scenie synekdochy, lecz tylko normalny proces nazywania człowieka człowiekiem. Nieświadomie formułowaną przez niego figurę muszą natomiast odczuwać gapie...” (tamże: 251). W wypowiedzi bohatera cytowanego fragmentu pojawia się synekdocha „rodzaju i gatunku” (podpunkt b). Zdaniem badacza z Kraju Kwitnącej Wiśni, jest to jedyna odmiana tropu, której nie można sprowadzić do metonimii. Jej mechanizm zasadza się na użyciu „wyrażenia, którego ekstensja (lub przeciwnie – treść) pojęciowa jest większa lub mniejsza od oczekiwanej normalnie przez czytelnika [...]. Być może nie od rzeczy będzie przypomnieć sobie i właściwie ocenić znaczenie definicji Arystotelesowskiej, według której *metaphora* obejmuje to, co współcześni nazywają metaforą i synekdochą rodzaju i gatunku” (tamże: 256).

Sposób rozumienia zjawiska ANTONOMAZJI (łac. „*pronominitio*”) ewoluował historycznie od wyrażenia typu metonimicznego do rodzaju metafory. „W rozwoju historycznym figura zmieniła swój zakres od funkcji tropicznej pierwszego typu (nazwa pospolita zamiast imienia własnego) do maksymalnego rozszerzenia funkcji, tak że mogła obejmować również wypadki odwrotne...” (Dobrzyńska 1992: 29). Przykładami zastąpienia imienia własnego nazwą pospolitą, oznaczającą cechy charakterystyczne danej osoby, są: epitet „*The peaceable*” (zamiast: Elżbieta I), patronomin „*Pelida*” (syn *Peleasa* – Achilles) oraz peryfraz „uczeń, który Jezusa miłował” (święty Jan). Antonomazja ma wiele wspólnego ze zjawiskiem eufemizmu. Może także stać się narzędziem w procesach wartościujących – w określeniu typu „*Kuternoga*” czy „*Łokietek*” wpisana jest ocena negatywna. Przenośne użycia imion własnych wykorzystują towarzyszące nazwom konotacje, które mogą stać się znaczeniem metafor (tamże: 33). W ten sposób, dane imię własne przestaje oznaczać jednostkowy przedmiot, stając się określeniem elementów pewnej klasy. Takie użycie przenośne ma charakter metaforycznie umotywowanej katachrezy [zob. rozważania poniżej – W.F.]

utworzonej od imienia własnego i odnoszącej się zawsze do zjawisk z tej samej kategorii ontologicznej, co prototyp (tamże: 34–35). Zakres antonomazji katachretycznej rozciąga się od zleksykalizowanych nazw pospolitych (np. „beniaminek”, „cezar”, „donżuan”, „hipokrates”, „judasz”, „ksantypa”, „lowelas”, „matuzalem”) do nazw rodzajowych tworzonych na poczekaniu – tylko „te ostatnie stanowią żywą kategorię tropiczną” (tamże: 34–35). W tekstach pisanych antonomazje występują na dwa różne sposoby: poprzez wykorzystanie liczby mnogiej w nazwie przedmiotu jednostkowego i (lub) zapis z małej litery. Za egzemplifikację tej zasady można uznać chociażby sformułowanie Jacka Łukasiewicza, który nazwał detektywa-amatora, występującego na kartach Złego Leopolda Tyrmanda, „warszawskim sherlockiem holmesem” (Łukasiewicz 1962: 160).

Innym znaczącym mechanizmem przekształceń znaczeniowych jest KATACHREZA (łac. „abusio”, pol. „rozciągnięcie”, „nadużycie”). Po grecku *katáchre- sis* „znaczy to samo, co po łacinie *abusio*, a mianowicie «użycie niewłaściwe»” (Ziomek 2000: 166). To ważny element wynalazczości językowej, powstający wskutek braku właściwego wyrażenia lub terminu (łac. „*inopiae causa*”). „Rozpatrując inopię od strony mówcy można najogólniej powiedzieć, że przejawia się ona w klasycznych płaszczyznach «opracowania» rzeczy retorycznej (*inventio*, *dispositio*, *elocutio*) i stanowi dla niego wyzwanie. Panowanie nad słownikiem, umiejętność posługiwania się regułami językowymi, a także ich odpowiedniego przekraczania, jest ostatecznie formą przejawiania się profesjonalizmu mówcy. On to właśnie kreuje i wypełnia inopię, ustanawia to wszystko, co ma być wypowiedziane, bądź tylko zasugerowane lub też: przemilczane [podkreśl. autora – W.F.]” (Stępnik 1988: 115). Z drugiej strony, posługiwanie się katachrezą dostarcza informacji o mówiącym: wskazuje na ograniczenia jego słownika, wyraża jego preferencje pojęciowe (Dobrzyńska 1988: 65). Figura ta, dając nazwy zjawiskom wcześniej nienazwanym, uczestniczy w tworzeniu nowego obrazu świata. Nie dotyczy ona tylko drobnych modyfikacji referencjalnych, ale również przyswajania całych sfer pojęciowych, dostosowywania języka do zmian w środowisku naturalnym człowieka (tamże: 62). Warto przypomnieć, iż za pomocą tego terminu określano „różne nieadekwatne zastosowania słów – hiperbole, litoty, eufemizmy.

Wyrazy tak użyte były w danej sytuacji «naciągnięte», stanowiły z jakiegoś punktu widzenia nadużycie językowe. Podobnym nadużyciem jest stosowanie słów oceniających niezgodnie z przekonaniem słuchaczy, co zdarza się często w wypowiedziach perswazyjnych, sugerujących, że mówiący i słuchacze podzielają jeden punkt widzenia i jednakowo oceniają pewne zjawiska” (tamże: 65).

Wyrażenia katachretyczne, posiadające początkowo status metafor „czynnych”, z czasem się leksykalizują, wchodzą do wyposażenia frazeologicznego danego języka. Za przykład „nadużycia” tego rodzaju może być uznany fakt występowania w języku takich zbitek wyrazowych jak: „złota stalówka”, „słomianka ze sznura” czy „czarna bielizna” (tamże: 65). W tym sensie, katachreza jest pokrewna metaforze językowej (genetycznej, „martwej”, „uśpionej”). Oba pojęcia są ze sobą często mylone. Istnieją jednak kryteria, które pozwalają odróżnić jedno od drugiego. Pierwsze ze zjawisk zachodzi w obrębie jednostek znaczeniowych (słów lub zidiomatyzowanych grup wyrazowych funkcjonujących na prawach pojedynczego znaku), drugie natomiast może być realizowane przez całe zdanie (zob. tamże: 56). Poza tym, w metaforze aktualnej (w odróżnieniu od genetycznej) znak pełni funkcję orzekającą (predykatywną), którą realizuje nie poprzez całe swe znaczenie, lecz zaledwie jego część – wiązkę określonych konotacji (tamże: 56). Katachreza zaś polega na dostarczaniu ekwiwalentu słownego przedmiotom, czynnościom i zjawiskom, które włączane są w system pojęciowy. Pełni więc funkcję identyfikacyjną (tamże: 57). I tak, w parze podobnych wyrażenia fraza „Baba nie wyrosła” (o babce drożdżowej) stanowi przykład „abusio”, zaś zdanie „Ta baba nie wyrośnie na prawdziwego mężczyznę” (o chłopcu posiadającym cechy kobiece) – przenośni (Dobrzyńska 1994: 63–64). Przesunięcie katachretyczne występuje zawsze, kiedy nadawcy brakuje słowa na oznaczenie danego fenomenu i w tym celu sięga po leksem obecny w kodzie językowym. Pojawia się ono często w języku dziecięcym. Pawełek Strumieński, syn

protagonisty Pałuby (1903) Karola Irzykowskiego, nie znając właściwego znaczenia pojęcia tytułowego (m.in. „złośliwa, stara kobieta”), nazywa nim dziwaczny obraz, wiszący w prywatnym muzeum, które jego ojciec poświęcił twórczości i osobie malarki Angeliki – swojej pierwszej, zmarłej żony. Egzaltowana artystka („pałuba”) zlewa się w świadomości chłopca z wiejską wariatką Kseńką, nazywaną przez miejscowych chłopów „Pałubą”. Obląkana dziewczyna, która zaczyna fascynować chłopca, uwodzi go i prześladuje. Niewłaściwe użycie języka staje się przyczyną choroby dziecka oraz śmierci groteskowej „femme fatale”, zastrzelonej przez ojca Pawła.

IRONIA (gr. „eironeía”, łac. „illusio”, „irrisio”, „explosio”) została, z kolei, zdefiniowana jako trop posiadający „bardzo charakterystyczną wartość illokucyjną: ironizować to zawsze w pewien sposób szydzić, dyskwalifikować, ośmieszać, kpić z kogoś lub z czegoś [podkreśl. autorki – W.F.]” (Kerbat-Orecchioni 2002: 129). Z pragmatycznego punktu widzenia jest to nagana, która przybiera formy pochwały (tamże: 133). „Ironia obiera na ogół drogę antyfrazy, to znaczy, że relacja istniejąca między sensem dosłownym a pochodnym jest relacją antynomiczną” (tamże: 127). Antyfraza stanowi dla figury jedynie środek do osiągnięcia celów deprecjacyjnych (tamże: 133). Problematyka ironii wiąże się z Bachtinowską koncepcją gatunków mowy. Poszczególne gatunki posiadają, sytuowaną inaczej w zależności od charakteru każdego z nich, granicę, po której przekroczeniu ironia staje nieakceptowalna. Nie może ona pojawiać się w wypowiedziach normatywnych (np. w dokumentach użytkowych czy rozkazach). Inny stosunek mają do niej rodzaje mowy zakładające istnienie płaszczyzny (familiarnego) porozumienia między nadawcą a odbiorcą, wiążące się z językiem potocznym – „globalnym” obrazem świata, „światem społecznym” naturalnym dla danej zbiorowości (zob. Żyłko 1994: 147).

Werbalna odmiana zjawiska – jedyna, która będzie mnie interesowała – „wymaga ironisty, kogoś świadomie i intencjonalnie posługującego się tą techniką. O ironii sytuacyjnej stanowi nie ironista, lecz «stan spraw», bądź «rezultat wydarzeń», które – dodajmy – postrzegamy i odczuwamy jako ironiczne” (Muecke 2002: 46). Pierwszą z nich wyraża więc fraza „ironizuje”, zaś drugą „na ironię zakrawa, że...” (Muecke 2002: 47). Ironizowanie to taki sposób

mówienia (pisanie itd.), w którym znaczenie rzeczywiste bądź zamierzone, przedstawione bądź ewokowane, jest z założenia różne i nie do pogodzenia ze znaczeniem pozorowanym bądź udawanym. Z punktu widzenia czytelnika ironia polega na odczuwalnej obecności oraz odczuwalnej niezgodności obu znaczeń (Muecke 2002: 61). Można się nią posługiwać w różnoraki sposób. Na przykład, proza realistyczna XIX i XX wieku, usiłując stworzyć ironiczny dystans, korzystała często z zabiegu mowy pozornie zależnej. Ironia może także „przybrać formę struktury typu hiperbolicznego («Jestem genialny!» – co niekoniecznie ma znaczyć, że uważam się za głupca) lub litotycznego («Zdaje mi się, że poczułem kilka kropel deszczu», «To może słuszne jako dowód»)” (Kerbat-Orecchioni 2002: 128).

Warunek konieczny dla właściwego zrozumienia komunikatu stanowi rozpoznanie zawartej w nim ironii. Wypowiedzi o takiej intencji nie można pojmować w sposób dosłowny, jej „naiwny” odbiór, wynikający z nieznamomości kodu lub kontekstu, może bowiem stać się przyczyną nieporozumienia. Nie zawsze jednak kryterium to zostaje zrealizowane przez odbiorcę – na przykład, dzieci nie są w stanie uchwycić istoty takiego komunikatu, „dla nich zatem słowa «jaka piękna pogoda», gdy za oknem szaleją wichry i deszcze, nie są wypowiedzią ironiczną, stanowią zaś wadliwy opis rzeczywistości, wynik błędnego rozeznania, a w ostatniej instancji – kłamstwo” (Głowiński 2002: 9). Właściwy odbiór komunikatu ironicznego zasadza się na uzmysłowieniu sobie przez słuchacza (czytelnika etc.) sprzeczności „między głoszonym przez autora czy mówcę poglądem, linią argumentacji i tak dalej, a całością kontekstu, na którego tle ten pogląd czy argumentacja są prezentowane” (Muecke 2002: 68). Wedle opinii teoretyka, „całość kontekstu” obejmuje: wiedzę o autorze, temacie oraz kompetencje wynikające ze sposobu przedstawienia sprawy lub prowadzenia argumentacji (Muecke 2002: 68). Omawiany trop posiada kilka odmian. Są nimi: ASTEIZM (wyszukany dowcip), CHARIENTYZM („uprzejme szyderstwo”; łagodzenie rzeczy przykrych delikatnymi słowami) i SARKAZM (od gr. „sarkadzein” – „rozdziierać mięso”; szyderstwo, uszczypliwy żart).

Nieco inne kryteria przyjmuje się w podziale zjawiska na ironię sokratyczną, retoryczną i romantyczną (Głowiński 2002: 6). Mnie interesuje przede wszystkim druga z nich. Cechuje ją podporządkowanie

przyjętym przez nadawcę (mówcę) założeniom. „Jest ona próbą odpowiedniego usytuowania («ustawienia») publiczności, do której się zwraca, narzucenia jej postulowanych ocen i stanowisk” (Głowiński 2002: 6–7). Dzięki temu stanowi formę „oddziaływania na życie publiczne” (Głowiński 2002: 6–7). Jest jakością stopniowalną – w zależności od postawy nadawcy wobec formułowanego komunikatu wyróżnia się trzy typy ironii: ukrytą, jawną i prywatną (najmniej istotną dla moich rozważań). „W ironii jawnej ofiara albo czytelnik (bądź oboje) mają od razu zorientować się, co ironista naprawdę ma na myśli. Występuje ona wówczas, gdy ironiczna sprzeczność bądź nieźborność poszczególnych elementów jest wyraźnie dostrzegalna. W mowie mogą jej towarzyszyć zwyczajowe, ironiczne gesty (skrzywienie warg, „ironiczny uśmiech”) (Muecke 2002: 62–63). Ironia jawna może pojawiać się w tekstach, w których podstawową rolę odgrywają elementy dydaktyki bądź intencje propagandowe. Będzie ona podporządkowana wyraźnym i jawnym zamierzeniom ideowym. W tym układzie dominuje język podmiotu mówiącego, niedopuszczający do tego, by jakiegokolwiek inne języki zdobyły pozycję równorzędną. Dlatego też ironia retoryczna mogła się stać jednym ze środków publicystyki autorytarnej i totalitarnej (np. w propagandzie komunistycznej) (Głowiński 2002: 13). Ta odmiana tropu stanowi jednak dość prymitywną technikę sugestii. Ironia bowiem osiągnęła w literaturze kunszt, nadając jej status „przedmiotu estetycznego” – gdy ironista „jednocześnie i tymi samymi słowami mówi coś i odwołuje to, dekapituje swą ofiarę, lecz pozostawiając głowę na miejscu, wówczas właśnie ironia osiąga swą subtelność bądź finezję, która czyni ją tak cudowną sztuką” (Muecke 2002: 61). Wzorcowymi przykładami tej odmiany zjawiska byłyby: wielojęzyczny świat prozy Gustawa Flauberta oraz wypowiedzi zgorzkniałego detektywa z utworów Raymonda Chandlera. „Inwersyjna” odmiana ironii jawnej, perswazja odwrócona, wiąże się natomiast z przestrzenią zażyłości i porozumienia – jej przykładem „mogą być owe czułe połajanki, jakimi matki obdarzają swoje dzieci, a dzieci ulubione zwierzątka” (tamże: 64).

Zabiegi kreujące trop „illusio” powinny być stosowane z umiarem – werbalne świadectwa zmysłu ironicznego dowodzą, iż w omawianym zjawisku działa prawo „pomniejszających się nawrotów”, gdzie z każdym powtórzeniem ironicznego wyrażenia jego efekt staje się słabszy.

Sprzeczność między znaczeniem dosłownym i właściwym traci z czasem ostrość i zamienia się we frazes i „język zwyczajny” (tamże: 63–64). Ironia jawna, według opinii eksperta, jest najodpowiedniejsza dla marginesowych uwag i krótkich fragmentów; jeśli posługiwać się nią przez czas dłuższy, traci swą siłę i staje się nużąca. Ironia stosowana na dłuższą metę jest zazwyczaj ukryta, „gdyż tylko ironia ukryta może na dłużej zająć czujną uwagę czytelnika” (tamże: 69). Tym sposobem, docieram do drugiego z wymienionych typów figury. **I r o n i a u k r y t a c e c h u j e s i ę t y m, ż e n a l e ż y j ą n i e t y l e d o s t r z e c, c o r a c z e j w y k r y ć.** Ironista ukryty będzie starał się unikać wszelkiego tonu czy wskazówki stylistycznej, która prowadziłaby do natychmiastowego odkrycia jego ironii. W ten sposób podejmuje on ryzyko, że ironia pozostanie niezidentyfikowana (tamże: 65). Ostre estetycznie jakości „ironii jawnej” zostały w literaturze „wysokiej” wyparte przez formy o wiele subtelniejsze. Domenę tej odmiany tropu zdaje się stanowić przestrzeń pisma, określa ją natomiast tworzenie dłuższych wypowiedzi (mniej lub bardziej argumentacyjnych). Ich wehikułem bywają rozmaite gatunki mowy: wiersze, powieści i opowiadania, szyderczy żart czy przejaskrawiona anegdota. W działania ironisty jest wpisana możliwość porażki, zrozumienia dopiero przez „późnego wnuka” (casus Cypriana Kamila Norwida). Kontekst tego rodzaju ironii, aby sprowadzić odbiorcę na manowce, bywa często nieostry, niedopowiedziany. **I r o n i a u k r y t a, u m o ż l i w i a j ą c e k s p r e s j ę a r t y s t y c z n ą, n i e m a l z a w s z e w y k l u c z a d z i a ł a n i e p e r s w a z y j n e.** Według antycznego znawcy „sztuki wymowy”, ironia „stricte” retoryczna objawia się bowiem „przez sposób przekazywania, przez charakter mówiącego bądź przez naturę tematu. Jeśli bowiem którakolwiek z tych trzech rzeczy nie idzie w parze ze słowami, od razu staje się jasne, że intencja mówiącego jest odmienna od tego, co mówi” (cyt. za: Muecke 2002: 67).

Status tropu jest w utworach literackich niepewny, zachwiany, gdyż utwór artystyczny wyklucza możliwość „powiedzenia ostatniego słowa” w kwestiach: użytego gatunku, właściwości narratora oraz problematyki („ideologii”) tekstu. Ta ostatnia przypomina zresztą, by posłużyć się modernistyczną analogią, kostkę cukru rozpuszczoną w szklance wody. Cukier jest obecny w każdym mililitrze płynu, ale nie istnieje pod swoją,

geometryczną postacią kostki. W podobny sposób „ideologia” funkcjonuje w tekście estetycznym – jest ona związana nierozdzielnie z językiem o (często) figuralnym charakterze, co często wyklucza ujawnienie się zabiegów perswazyjnych – nastawionych na konkretny cel działań „za pomocą słów”. W natłoku języków trudno, poza tym, zrozumieć, o czym mówi głos narratora (nadawcy).

Reasumując, chcę wrócić do kwestii „ironii jawnej”, czyli tej odmiany zjawiska, która wiąże się z argumentacją w ścisłym rozumieniu terminu. W tym przypadku, o czym pragnę przypomnieć, **d o z r o z u m i e n i a w y p o w i e d z i i r o n i c z n e j n i e z b ę d n a j e s t i d e n t y f i k a c j a k o n t e k s t u**. Za przykłady mogą posłużyć: stwierdzenie „«wystarczyłaby nam kropla deszczu»”, którego kontekst stanowi fraza „całe połacie kraju aż krzyczą o kilka centymetrów opadów”, oraz powiedzenie „«od czasu do czasu lubię skosztować ostrygę», gdy właśnie skończyło się szósty czy siódmy tuzin...” (Muecke 2002: 64).

HIPERBOLA (łac. „superlatio”, pol. „przesadnia”) jest skrajną przesadą w odniesieniu do „verbum prioprium”. To „metafora o wertykalnej gradacji [pionowo-wstępująca], użyta w retoryce dla interesu którejś ze stron (augere/minuere...)” (Lausberg 2002: 332). Może ona funkcjonować jako przerośnia (np. zleksykalizowane konstrukcje przydawkowo-rzeczownikowe „kamienne serce” i „śnieżny blask”) lub zostać utworzona z porównania. Ulubioną formę hiperboli stanowi użycie stopnia wyższego w porównaniu z przedmiotem posiadającym tę cechę w stopniu bardzo wysokim – np. coś jest bielsze niż śnieg, czarniejsze niż noc, jaśniejsze niż słońce. W tym przypadku hiperbola jest odmianą katachrezy – nie mając nazwy na określenie danej barwy, posługujemy się nazwą barwy istniejącej, choćby to była barwa skrajna. **H i p e r b o l ą j e s t n i e t y l k o p r z e s a d a w p o c h w a l e**, choć najczęściej trop ten odnajdujemy w tekstach panegirycznych, **a l e t a k ż e p r z e s a d a w n a g a n i e**” (Ziomek 2000: 190). Andrzej Kijowski odnotował w Dzienniku 1955–1969 następującą scenkę z życia warszawskiej ulicy: „Na Krakowskim Przedmieściu pobili się chłopcy. Jeden uciekł, a drugi – może sześćoletni – wołał za nim: – Ty bandyto, ty chulyganie, pani swojego syna na bandytę wychowała” (Kijowski 1998: 66).

Kto kogo p o b i ł? Jestem przekonany, że silniejszy werbalnie, ten, do którego należało ostatnie słowo; ten, który – mówiąc trywialnie jest „mocniejszy w gębie”. Ten konkurent właśnie przydaje swojemu przeciwnikowi „gęby” na sposób Gombrowiczowski. Używa słów, które deprecjonują („bandyta”, „chulygan”), ale chwyt, dalece ważniejszy w tej walce od leksyki, stanowi zastosowany przez niego schemat rozumowania (powiązanie „wysłowienia” z argumentacją – związek retorycznych sfer „elocutio” i „inwentio”). Chłopiec udaje dorosłego, usiłuje jakby mówić „grubszym” głosem. Apelując do kompetencji edukacyjnych matki przeciwnika (odbiorcy idealnego), nadaje bowiem sobie wyższą rangę.

H i p e r b o l i z u j ą c s i e b i e, umniejsza jednocześnie swojego rywala. Zabieg wyolbrzymienia może tworzyć efekt ironiczny lub komiczny. Ten chwyt, jak zauważył Kwintylian, nie powinien jednak „iść za daleko w taki sposób, który wiedzie najprostszą drogą do kakozelii, tj. przesadnej afektacji”, audytorium może bowiem odmówić wiarygodności takiemu rozumieniu faktów (cyt. za: Lausberg 2002: 333). Hiperbole, zdaniem antycznych teoretyków „ars bene dicendi”, należą do dziedziny „śmielszej figuratywności”. Konstytuowane przez nie wrażenie przesady można osłabić, poprzedzając je – podobnie jak inne „śmiałe” metafory – skonwencjonalizowanymi frazami, dzięki którym mówca (nadawca) ostrzega słuchacza, iż posługuje się językiem przenośnym. W wypadku metafor można wyróżnić dwa sposoby rozumienia metajęzyka: w kategoriach ramy modalnej i instrukcji pragmatycznej. Pierwszy wiąże się ze słynną formułą „ut ita dicam” („że tak powiem”), która ma charakter metajęzykowy, pełni funkcję modulowania sensu niesionego przez metaforę oraz posiada znaczenie dla sfery oddziaływania. Drugi sposób rozumienia metajęzyka nie wymaga bezpośredniej obecności formuł – instrukcja pragmatyczna może być bowiem w przekazie zakodowana. Samo zastosowanie metafory sugeruje jej obecność (Stępnik 1988: 118).

LITOTA (gr. „litotes”) jest tropem bardzo często spotykanym. Uważa się ją zazwyczaj za przeciwieństwo hiperboli. Jak wskazał niemiecki teoretyk, posługujący się najczęściej spotykanym przykładem omawianego zjawiska, stanowi ono „peryfrastyczną kombinację emfazy i ironii, w której „najwyższy stopień zamierzonego znaczenia określa się przez negację jego przeciwieństwa: «niemały» dla znaczenia «bardzo

duży, znaczny»” (Lausberg 2002: 339). Uściślając kwestię, trzeba jednak zaznaczyć, iż litota nie zawsze jest wobec przesadni symetryczna, jest ona bowiem takim zaprzeczeniem cechy x, które nie jest równoznaczne z antonimem tej cechy – „mając w paradygmacie do dyspozycji antonimicznie ułożone epitety «mądry» – «głupi» i zaprzeczając jednemu z nich, nie wyrażamy bynajmniej jego słownikowego przeciwieństwa. «Niegłupi» nie znaczy tyle co «mądry»; jest oczywiście określeniem pochlebny, ale wypowiedzianym z pewną rezerwą; i na odwrót «niemądry» jest naganą łagodną” (Ziomek 2000: 191). W ten sposób, „umniejszenie” wiąże się z tradycyjnym toposem skromności. Użycia tego tropu mają również wiele wspólnego z czynnością ironizowania, przy czym różnica między dwoma zjawiskami polega na tym, iż ironia stanowi w zasadzie antyfrazę mającą postać kpiny, litota zaś jest wyrażeniem słabszym niż normalne, mającym wartość łagodzenia (Kerbat-Orecchioni 2002: 132).

W zjawisku PERYFRAZY (pol. „omówienie”) mamy do czynienia nie tyle z definicją danego pojęcia, co jego zastąpieniem. W y r a ż e n i e o takim charakterze zakłada, iż odbiorca wie o istnieniu słowa („definiendum”), którego substytut tworzy nadawca. Peryfrazę – zdaniem Bally’ego – opisuje i definiuje – „na pierwszy rzut oka wydaje się jak najbardziej formą wyrażoną explicite; w rzeczywistości zawsze kryje hipostazę, pozostawia domyślnym termin, który zastępuje” (cyt. za: Stępnik 1988: 141). Omawiany trop występuje bardzo często, na co licznych przykładów dostarcza nie tylko poezja klasycystyczna (np. słynne „z ziół ciągnione treści” jako odpowiednik „herbaty” w Zimie miejskiej, wczesnym liryku Adama Mickiewicza), ale także język propagandy okresu Polski Ludowej (zob. Głowiński 1972) i współczesne przekazy reklamowe. Wiele reprezentacji (sposobów użycia) figury „omówienia” można analizować za pomocą terminów „metonimii” bądź „synekdochy” (zob. Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 232 i n.), co wynika z ich konwencjonalnego – a więc umożliwiającego komunikację – charakteru.

Pojęcie EMFAZY (łac. „emphasis”) bywa współcześnie wiązane ze stylem patetycznym. Pierwotnie jednak oznaczało ono coś zupełnie innego – w starożytnych traktatach retorycznych o k r e ś l a n o e m f a z ę jako zastosowanie „słowa o mniejszej treści

znaczeniowej w zwykłym użyciu (a szerszym zakresie znaczeniowym) dla oznaczenia większej (bardziej precyzyjnej) treści (ale o mniejszym zakresie znaczeniowym). Emfaza, którą można postrzegać jako specjalny rodzaj synekdochy, jest więc ukrytym językowym brakiem precyzji, który ujawnia prawdziwe znaczenie za pomocą (językowego lub sytuacyjnego) kontekstu oraz cech wymowy (np. intonacji)” (Lausberg 2002: 340). Trop ów został użyty w następujących frazach: „Bądź człowiekiem!”, „To tylko człowiek”, „Musimy żyć dalej”.

TROPY są uważane za przekształcenia semantyczne, FIGURY zaś – za przemieszczenia syntaktyczne. „Trop stanowi tylko pewną dziedzinę figur, powstałych przez zastąpienie, jak to określano, wyrazu właściwego niewłaściwym. Jakkolwiek trop kwalifikowano do działu «elocutio», to przecież stanowił on również rodzaj figuralnej «dyspozycji». [...] ostatecznie konstytuuje go immutatio, czyli wymiana wyrazów” (Stępnik 1988: 87). Same pojęcia bywają przez znawców retoryki różnie modelowane. Ironię, na przykład, niektórzy z nich sytuują w przestrzeni tropów, inni zaś zaliczają ją do dziedziny figur. Niezgodność ujęć wynika, między innymi, z różnic między językami klasycznymi a nowożytnymi. W tych ostatnich rzadko spotyka się (wiązaną z figurami) epiforę. Użycie tego samego wyrazu na zakończenie dwóch (lub więcej) segmentów „tworzy rym, który [...] wszedł w rolę wierszotwórczą. Nie spełniała epifora takiej funkcji w grece i łacinie, w których to językach wykształcił się system metrycznej poezji bezrymowej” (Ziomek 2000: 209).

Tradycyjnie dzieli się figury retoryczne na dwa rodzaje: figury „słów” i „myśli”. Zdaniem Cyserona, różnica między nimi polega na tym, iż „z a o d m i a n ą s ł ó w n i k n i e f i g u r a s ł ó w, g d y p r z e c i w n i e f i g u r a m y ś l i p o z o s t a j e, j a k k o l w i e k s ł ó w u ż y ć z e c h c e s z” (cyt. za: Stępnik 1988: 87). Pojęcie „immutatio” znajduje tylko częściowe zastosowanie w odniesieniu do figur (zob. Stępnik 1988: 85). Jego użycie jest zasadne w przypadku tych przekształceń, w których dokonuje się zamiana szyku słów w zdaniu lub jego jakieś urozmaicenie, co przysługuje takim figurom jak: chiazm (ułożenie w szyku krzyżowym), hyperbaton (przestawienie szyku słów w zdaniu lub zdań), inwersja, metabola. Specjalnymi «zamianami» są również hypallage i analage, ale figurę „tworzą także inne modusy, np. 1.

eliminowanie pewnych fragmentów ze zdania: elipsa, asyndeton (konstrukcja bezspójnikowa), 2. rozbudowa, w tym obrazowa: hypotypoza, hypostaza (ta oznacza rozwinięcie jakiejś idei, pełny jej wyraz), 3. rozkojarzenie związku logicznego (anakolut), 4. przesadne wyolbrzymienie albo pomniejszenie: hiperbola, litota [kolejny przykład niemożliwości wytyczenia jasnych klasyfikacji – teoretycy antyczni łączyli zazwyczaj te terminy z dziedziną tropów – W.F.], 5. prowadzenie gry semantycznej poprzez wyzyskanie układu słów w zdaniu: antanaklasis (użycie wyrazu w zmienionym znaczeniu), syllepsis (odniesienie do dwóch przedmiotów łącznie określenia odnoszącego się tylko do jednego z nich)” (Stępnik 1988: 85–86). I c h u ż y c i e j e s t u m o t y w o w a n e p r z e z c z y n n i k p r a g m a t y c z n y, „w z a l e ż n o ś c i o d t e g o, c z y c e l e m j e s t n a r u s z e n i e s y n t a k t y c z n e g o p o r z ą d k u w y p o w i e d z i [f i g u r y s ł ó w], c z y t e ż s z c z e g ó l n a o r g a n i z a c j a p r z e b i e g u m y ś l o w e g o, k t ó r a p r z e z u w y p u k l e n i e l u b p r z y s ł o n i ę c i e o b r a z u s t a n u s p r a w y w s p i e r a p r z e b i e g d o w o d z e n i a i p r z e k o n y w a n i a [f i g u r y m y ś l i]” (Ziomek 2000: 198).

Bardzo szczegółowe klasyfikacje figur, przyjmujące różne kryteria, usiłują dotrzeć do wyraźnych podziałów. Zwykle nie przyjmują one do wiadomości, iż figura in abstracto p o p r o s t u n i e i s t n i e j e. Mnożą taksonomie, które ujmują figurę w sposób statyczny. Pozbawiają ją niepowtarzalności, zamieniają w okaz typowy, reprezentatywny dla postawionych założeń. Materia(ł) tekstu jednak migocze, figury przesuwają się, krzyżują, wchodzą w zaskakujące aliaże i konstelacje – „taksonomia retoryczna nie jest «płaska», [...] nie da się przedstawić tabelarycznie, [...] wymagałaby jakby «kubistycznego» wykresu” (Ziomek 2000: 231). Trudno nadążyć za ruchem sensu. Normą okazują się „figury «nietypowe», w których przypadku trudno mówić o wzorcu modyfikacji, skoro mamy do czynienia z indywidualnym, zupełnie inwencyjnym uformowaniem wyrażenia” (Stępnik 1988: 86). Rolę decydującą odgrywa kontekst – dynamiczny świat „innego” słowa, umożliwiający zrozumienie intencji nadawcy lub pozwalający przynajmniej na określenia pola skojarzeń, wokół których zostaje upleciony tekst perswazyjny.

Jak aforystycznie zauważył Witold Gombrowicz, styl „uniwersalny to ten, który potrafi miłośnie objąć niedorozwój”. Na takich przesłankach funduje swoje istnienie domena figur „słów”, która obfituje w powtórzenia, enumeracje czy błędy składniowe, zamieniające „ułamne” użycie języka w słowo „licencjonowane”. Do kategorii ostatniej („figury przez odłączenie”) należą: ELIPSA, ZEUGMA, SYLLEPSIS. Mechanizm działania ostatniej z nich zasadza się „na użyciu tego samego słowa (o tym samym brzmieniu) w dwu różnych znaczeniach w dwu różnych związkach składniowych, przy czym w jednym z tych związków słowo to zostaje opuszczone, co wbrew różnicy znaczeń sugeruje ich podobieństwo. Różnica znaczeń jest tu raczej polisemiczna (a więc dająca się sprowadzić do wspólnego źródłosłowa) niż homonimiczna” (Ziomek 1992: 26). Za przykłady syllepsy można uznać: wers Mirona Białoszewskiego: „Zapuscili motor, brody” czy „bon mot pewnego księdza-profesora, znanego z wolnomyślności, który zwykł był mawiać: «Dwóch rzeczy nigdy nie odmawiam – wódki i brewiarza»” (Ziomek 2000: 218). Ten rodzaj wyrażen w rozprawach retorycznych jest z reguły wiązany ze zjawiskiem SOLECYZMU – celowego, licencjonowanego błędu językowego. Kiedy wykroczenie przeciwko „poprawności” („latinitas”) dotyczyło jednego słowa, użytkownicy łaciny określali je mianem „barbolexis”, kiedy zaś związku słów – stosowali termin „soloecimus”. To zarazem wada, jak i zaleta stylu. Etymologia słowa nawiązuje bowiem do greckiego terminu „sóloikos” – ‘mówiący błędnie, dziki, nieokrzesany’. „Jeśli solecyzm jest zamierzony przez artystę [czy mówcę] wówczas staje się – pozostając stale błędem syntaktycznym – figurą retoryczną” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 54). Wypowiedzi tego rodzaju współpracują raczej z figurami niż tropami, wchodząc w obręb szeroko rozumianej paronomazji [zob. rozważania poniżej]. We frazie „Redaktor M. znowu dał głos” występuje (rzekomo) niewłaściwy czasownik, gdyż w polskim systemie frazeologicznym tylko pies „daje głos”, człowiek zaś głos „zabiera”. Fraza stanowi więc obelgę nie wprost, inwektywę wyrażoną za pomocą języka figuralnego (Ziomek 1992: 13). Z kolei w wyrażeniu solecystycznym „świeży mąż” podmiana polega na użyciu przymiotnika nieprzysługującego ludziom. W odróżnieniu od metafory (przenośni) w „podmianie” [tzn. mechanizmie właściwym solecyzmom] „nie ma procesu usilniania i wytłumiania pożądaných składników znaczenia

(konotacji), jest natomiast swoiste zagarnięcie całego paradygmatycznego parametru” (Ziomek 1992: 21–22). Takie wypowiedzi występują, na przykład, w powieści Gombrowicza: „To [nauczyciele] najtęższe głowy w stolicy – odparł dyrektor – żaden z nich nie ma jednej własnej myśli; jeśliby zaś i urodziła się w którymś m y ś l w ł a s n a, j u ż j a p r z e g o n i ę a l b o m y ś l a l b o m y ś l i c i e l a”, „Miętus tylko na to czekał! Gdy poczuł, że udało mu się ściągnąć na siebie wzrok Syfona z wyżyn, momentalnie wyszczerzył się i wypiął gębę tak obmierzle, że tamten, ugodzony do żywego, syknął” (cyt. za: Paszek, Mazurkiewicz 1998: 56).

ELIPSA retoryczna tym różni się od gramatycznej, że opuszczenie słowa nie jest podyktowane zasadą ekonomii językowej, lecz chęcią zwrócenia uwagi na to, co zostało opuszczone” (Ziomek 2000: 214). ZEUGMA oznacza figurę, która polega na podporządkowaniu kilku członów składniowych jednemu członowi nadrzędnemu, najczęściej frazie czasownikowej, która już nie jest wielokrotnie powtarzana. Zeugma stanowi konstrukcję o różnych stopniach eliptyczności (Ziomek 2000: 216). Cechą charakterystyczną tej figury jest – występujące również w syllepsie – objęcie całej struktury zdaniowej jednym nadrzędnym wyrazem (najczęściej czasownikiem). W zeugmie jednak nie występuje napięcie metaforyczne między sprzęgniętymi przez tę konstrukcję składniową członami (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 49–50). Zjawisko można zilustrować frazami z utworu Witolda Gombrowicza: „Pióro t r z y m a ć miał dr Roklewski, pistolety doc. Łopatkin, Poklewski miał trzymać papier, a ja palta”; „Zniknęły różnice, wszyscy czy to spod znaku Syfona, czy Miętusa, jednakowo wili się pod brzemieniem wieszczka, poety, Bładaczki i dziecka oraz otępienia”; „Nieszczęsna, znalazła się pomiędzy dwoma mężczyznami, z których jeden t r y s k a ł krwią, a drugi pianą” (cyt. za: Paszek, Mazurkiewicz 1998: 50).

Gombrowicz pisał: „Przez powtarzanie, przez powtórzenia najłatwiej tworzy się wszelka mitologia!” (Ferdydurke). Prawda ta była znana już starożytnym teoretykom i praktykom „sztuki wymowy”, którzy wykorzystywali ją w różny sposób, powtarzając (na wiele sposobów) te same słowa i konstrukcje składniowe. Repetycja nie tylko działa w sposób mnemotechniczny, ale także przedstawia schemat danego rozumowania. Mechanizm ANADIPOZY sprowadza się do powtórzenia tego samego

słowa na końcu jednego segmentu i początku następnego. Rozwinięcie anadiplozy stanowi KLIMAKS. Łacińska nazwa tej figury – „gradatio” oznacza „stopniowanie”. Powstanie tej figury wiąże się z użyciem szeregu określeń, z których następne wyraża tę samą (lub zbliżoną) treść co poprzednie, ale w mocniejszy sposób – „klimaks” to po grecku dosłownie „drabina”, „schody”, „co użyte jako termin retoryczny ma obrazować wspinanie się od słów niższych do coraz wyższych, od słabszych do silniejszych [...] Ale co jest słowem niższym i słabszym, a co wyższym i mocniejszym? Da się to tylko ustalić wtedy, gdy normy językowe lub społeczne są dostatecznie wyraźne” (Ziomek 2000: 206).

Powtórzenie w przypadku figur „słów” może przybrać kształt ANAFORY czy (wspomnianej już) EPIFORY. Ziomek wskazał jako przykład pierwszej z figur Przemówienie Henryka Sienkiewicza na zjeździe wychowanków Szkoły Głównej (6 czerwca 1905 r.) o „wyższym przybytku naukowym”. Polski noblista mówił o nim w następujący sposób: „Miał on zaświecić jak gwiazda nad całym krajem, miał rzucić jasne promienie wiedzy w najodleglejsze krańce tej ziemi, miał wytworzyć ludzi nauki i świątłych obywateli, miał podnieść poziom naszej kultury i uszlachetnić, a zarazem pogłębić myśl narodową” (cyt. za: Ziomek 2000: 209). Budowa anafory jest przejrzysta: „x..., x..., x...”. Ten rodzaj powtórzenia „teoretycznie nie ma końca, w praktyce zaś sięga kilku lub nawet kilkunastu powtórzeń” (Ziomek 2000: 207). W mowie perswazyjnej autora Trylogii konstrukcja anaforyczna posiada uzasadnienie semantyczne. Powtarzając formę „miał” (ten „przybytek”), Sienkiewicz zwrócił uwagę „na powinność i możliwość, ale zarazem na możliwości tej i nadziei utratę: Szkoła Główna została przecież po kilku latach, w 1869 r., zlikwidowana i przekształcona w rosyjski Uniwersytet Państwowy” (Ziomek 2000: 207). Figura SYMPLOKE (łac. „complexio”) polega, z kolei, na połączeniu w obrębie tej samej wypowiedzi anafory z epiforą (schemat: „x... y”, „x... y”): „Kto często łamał przymierza? Kartagińczycy. Kto prowadził najokrutniejsze wojny? Kartagińczycy. Kto Italię znieważył? Kartagińczycy...” (cyt. za: Ziomek 2000: 211).

Kolejną dużą grupę figur stanowią „słowa” (w sensie Bachtinowskim, tj. wypowiedzi), w obrębie których występuje zjawisko powtórzenia słów

o rozluźnionej „identyczności brzmienia lub znaczenia”. W jej skład wchodzi: PARONOMAZJA, POLIPTOTON oraz SYNONIMIA (istotna przy amplifikacji). Pierwsze określenie uważa się za nadrzędne wobec pozostałych – „paronomazje to konstrukcje różne z jednej strony od homonimów, a z drugiej od synonimów, ale umieszczane na linii łączącej te dwa przeciwne sobie zjawiska. Homonimy – jak wiadomo – to dwa (co najmniej) identycznie brzmiące wyrazy o całkiem różnych znaczeniach. Synonimy zaś – to wyrazy o całkiem różnym brzmieniu, ale o tym samym, a raczej bliskim znaczeniu (jako że właściwie nie ma wyrazów tak dalece jednoznacznych” (Ziomek 2000: 211). W postaci paronomazji (gry słów, zmyślonej etymologii) występuje niekiedy rodzaj homonimu, znany pod precyzyjniejszą nazwą HOMOFONU. Cechuje on się tym, iż „przy identycznym lub bardzo zbliżonym brzmieniu ma jednak inną pisownię, ujawniającą inny sens (w wersji ustnej dwuznaczność można odsłonić pewnymi środkami intonacyjnymi), np. «Opinia oburzona, że ta pani obużona»” (Ziomek 2000: 211). Homofon pojawia się także w sformułowaniach znanego patafizyka i autora Ubu Króla – Alfreda Jarry’ego, który postulował zastąpienie „wieczności” (fr. „éternité”) wietrznością („éthernité”) jako „szczególnym ustrukturowaniem Nicości” (formuła Jana Gondowicza; cyt. za: Księżyk 2004: 34).

Zabieg homonimiczny może ukonstytuować formę tej igraszki semantycznej, jaką jest KALAMBUR. Na tym właśnie chwycie opiera się jednozdaniowy tekst piosenki Pani w obuwniczym zespole „Pogodno” (Pogodno gra Fochmann’a, 2002 Noff Records). Tytułowa „kobieta pracująca” „miała [w sklepie] taki ruch, że aż się jej b u t y r o z e s z ł y”. Komizm tej frazy opiera się na dwojakim znaczeniu czasownika „rozejść się”, który może odsyłać zarówno do wyników sprzedaży (buty cieszyły się tak dużym wzięciem, że wykupiono wszystkie pary), jak i oznaczać rezultat ruchu, w którym musiała pozostawać w godzinach pracy bohaterka utworu (jej nowe buty się rozeszły, czyli stały się wygodniejsze). Warto, przy okazji ewokacji pojęcia kalamburu przypomnieć żarty Gombrowicza. Jednym z ulubionych powiedzonek pisarza była podobno fraza: „Pani kicha, a pani kielbasa” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 32). W liczne kalambury obfitują także jego teksty literackie. Najbardziej znanym wyrażeniem tego rodzaju jest kwestia Zygmunta Hurleckiego do lokaja-parobka: „Starkę podaj!” (Ferdydurke).

„Żeby zrozumieć dowcip sytuacyjny, należy z fabuły powieści zapamiętać postać starki, «gdowy» Józefki, do której chodził arystokrata, a także mieć rozeznanie w «alkoholicznościach» (starka jest wykwinną wódką, która leżakuje w beczkach dębowych od dziesięciu do pięćdziesięciu lat)” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 32). W obrębie paronomazji mieści się także FIGURA ETYMOLOGICZNA, polegająca „na użyciu dwu wyrażeń podobnie brzmiących, których podobne znaczenie jest niejako ukryte czy nieuświadomiane, skutkiem leksykalizacji jednego z nich” (Ziomek 2000: 212). POLIPTOTON natomiast to „figura retoryczna kładąca nacisk na powtórzenie tego samego wyrazu (lub jego przekształceń) w różnych przypadkach w obrębie jednego zdania” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 51). Pojawia się ona często w powieści Gombrowicza, np. „Chciałem protestować, lecz bezwzględny belfer tak mnie nagle z b e l f r z y ł absolutnym belfrem swoim, że nie mogłem...”; „I zapytuję was o to z całą powagą i całą odpowiedzialnością za słowo tudzież z jak największym respektem dla wszystkich waszych c z ę ś c i bez wyjątku, ponieważ wiem, że stanowicie c z ę ś ć ludzkości, której ja także jestem c z ę ś c i ą, oraz że częściowo uczestniczycie w c z ę ś c i c z ę ś c i czegoś, co także jest c z ę ś c i ą i czego również jestem c z ę ś c i ą w c z ę ś c i, wraz z wszystkimi częstkami i c z ę ś c i a m i c z ę ś c i, c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i c z ę ś c i” (oba cytaty podają za: Paszek, Mazurkiewicz 1998: 52).

Powtórzenie w zabiegach perswazyjnych może także przejawiać się poprzez „nagromadzenie” (łac. „congeries”). W skład tej grupy figur wchodzi, między innymi: EPITHETON (szereg epitetów określających rzeczownik), ENUMERATIO (wyliczenie) oraz POLISYNDETON. „Nagromadzenie” „polega na wielokrotnym powtórzeniu tego samego słowa albo słów bliskoznacznych, spełniających podobną funkcję lub podobnie brzmiących. Nagromadzenie trudno usystematyzować, ale nie dlatego, że nie da się w ten obszar wprowadzić niejakiego porządku, ale dlatego, że jest to obszar w gruncie rzeczy pograniczny; anafora, jeśli wystąpi więcej niż dwa – trzy razy, daje w efekcie congeries [tak jest w przypadku polisyndetonu – konstrukcji składniowej złożonej z szeregu współrzędnych członów, połączonych jednakowym spójnikiem], podobnie klimaks, który nie musi ograniczać się do trzech tylko stopni. Samo

powtarzanie „bez względu na porządek bywa celnym środkiem w polemice, stosowanym bardziej jako wyraz oburzenia niż argument” (Ziomek 2000: 213). Epitet pełni w *Ferdydurke* funkcję wartościującą, co wyrażają – na przykład – szeregi (obraźliwych) słów określających Pimkę („w y t r a w n y d w u r u r k o w y b e l f e r d u b e l t o w y”, „d w u r u r k o w y i z d a w k o w y b e l f e r”, „a b s o l u t n y i w y t r a w n y d w u r u r k o w i e c”). Przydawka „dubeltowy” odnosi się do nozdrzy profesora, posiadacza „nosa nosowego”, i do jego siły dydaktycznej. Tak jak dubeltówka trafia w wytropione zwierzę, tak wytrawny belfer tropi nosem utrapionych uczniów (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 41–42).

CHIAZM stanowi kunsztowną formę osiągniętą przez symetryczną, prowadzącą do antytezy, zmianę szyku. Jego kształt przypomina grecką literę X (czyli «ch»), co można zapisać w układzie krzyżowym (ab, ba) (Ziomek 2000: 219). Te same słowa (lub ich przekształcenia gramatyczne), powtarzając się, kreują lustrzane odbicia (zob. Paszek, Mazurkiewicz 1998: 45). Stanisław Kostka Potocki, porównując Demostenesa z Cyncerem, napisał, że «pierwszy jest silniejszym, przyjemniejszym drugi», co jest chiazmem, jeśli liczebnik (w funkcji zaimka) oznaczymy a₁ i a₂, natomiast cechy obu mówców przez b₁ i b₂ (zob. Ziomek 2000: 219). Metoda „nasilania przez powtarzanie” pojawia się nader często w powieści Gombrowicza: „B y ł a d z i e w i c ą ! J e ż e l i d z i e w c z y n a d z i e w i c ą b y ł a !”; „C i a ł o m o j e b a ł o s i ę n i e z n o ś n i e , u c i s k a j ą c s t r a c h e m m e g o d u c h a , d u c h u c i s k a ł c i a ł o”; „F i l i d o r u k ł o n i ł s i ę A n t y - F i l i d o r o w i , A n t y - F i l i d o r z a ś u k ł o n i ł s i ę F i l i d o r o w i”; „J e s t e m p i e s , p i e s j e s t e m”; „P o c z ą t e k z a k ł a d a k o n i e c , a k o n i e c – p o c z ą t e k”; „O d c h o d z i ć i d ą c , i ś ć o d c h o d z ą c”; „n i e d l a t e g o n i e m ó g ł s i ę r u s z y ć , ż e b a ł s i ę , l e c z b a ł s i ę d l a t e g o , ż e n i e m ó g ł s i ę r u s z y ć” (cyt. za: Paszek, Mazurkiewicz 1998: 45–46). Chiazm pełni w *Ferdydurke* ważną rolę syntaktyczną i kompozycyjną (jako pars pro toto całego tekstu i jego struktury). W Przedmowie do „*Filiberta dzieckiem podszytego*” pojawia się stwierdzenie o charakterze procesu twórczego: „prawo symetrii wymaga, aby Filidorowi dzieckiem podszytemu odpowiadał dzieckiem podszyty Filibert. Tytuł wtrąconej noweli podlega regułom przekształceń zgodnych z figurą chiazmu

(dzieckiem podszyty Filibert)” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 46). Chiasm, ze względu na swą budowę, nadaje się na sentencje (np. antymetabolę – rodzaj antytezy). Ma również „szerokie zastosowanie – od poezji poprzez polemikę po propagandowy slogan” (Ziomek 2000: 219).

Pojęcie figur myśli dotyczy schematów rozumowania. Chciałbym zająć się tylko kilkoma z nich, skupić uwagę na zjawiskach najmniej opisanych, niemniej jednak bardzo skutecznych pod względem perswazyjnym. PROZOPOPEJA („uosabianie”) to figura retoryczna polegająca na wprowadzeniu do własnego przemówienia fikcyjnych postaci, najczęściej zwolenników lub przeciwników wspierających argumentację. Zabieg „uosobienia” wiąże się z personifikacją – argument przybiera kształt wypowiedzi przypisanej konkretnemu nadawcy. Prozopopeję tworzy, na przykład, wprowadzenie na „scenę” mowy, w przestrzeń tekstu perswazyjnego, postaci nieobecnych, milczących, zmarłych czy alegorii. Przykładem takiego wykorzystania figury są popularne w literaturze staropolskiej skargi Ojczyzny-Matki na niewdzięczność dzieci-obywateli (P. Skarga, S. Starowolski i inni) (zob. Korolko 1988: 124–125) czy monolog „Człowieka oszalałego” z aforyzmu 125. Wiedzy radosnej Nietzschego. W PYTANIU RETORYCZNYM figura jest bezpośrednio przekazywana środkami syntaktycznymi (de Man 2004: 20). Jej realizacje w potocznym rozumieniu pojęcia są pytaniami zbędnymi, ponieważ odpowiedź na nie wydaje się oczywista. Pytanie tego rodzaju stanowi faktycznie wzmocnienie pożądanej odpowiedzi, często jej wymuszenie, a więc – konstatację znacznie silniejszą niż ta, która była zawarta w trybie twierdzącym (zob. Ziomek 2000: 225). Kwestia ta – z dekonstruktywistycznego punktu widzenia – wydaje się dalece bardziej skomplikowana: pozornie przejrzysty wzorzec składniowy (pytanie) generuje zdanie posiadające co najmniej dwa znaczenia, z których jedno potwierdza jego tryb illokucyjny, a drugie mu zaprzecza. „Nie jest tak, że mamy tu po prostu dwa znaczenia, jedno literalne, a drugie figuralne, i że musimy rozstrzygnąć, które z tych znaczeń jest w tej konkretnej sytuacji słuszne. Zamieszanie to można wyjaśnić tylko poprzez interwencję czynnika pozatekstowego [...]. A interwencja taka nie jest też faktycznie częścią tego minitekstu konstytuowanego przez figurę, która przyciąga naszą uwagę tylko tak długo, jak długo pozostaje ona w zawieszeniu i bez rozwiązania” (de Man 2004: 21). Zamiana gramatycznego modelu pytania

w retoryczny występuje wówczas, gdy nie jest możliwe rozstrzygnięcie za pomocą narzędzi językowych (np. gramatycznych), które z tych dwu znaczeń bierze górę (de Man 2004: 21). Tak więc, pytanie retoryczne komplikuje akt illokucyjny, od właściwego odtworzenia, od którego zależy fortunność wypowiedzi (jej skuteczność wobec audytorium) (Ziomek 2000: 225).

Etymologia oraz pierwotne znaczenie słowa AFORYZM (łac. „sententia”) odrobinę zbija z tropu. Aphorismós znaczy „oddzielenie”, „określenie”, „osiągnięcie pewności”, „definicja”. Prześwituje przez niego horyzont (horidzo- n), będący naturalną granicą (horidzein) spojrzenia – myślenia. A sięgając najgłębiej, widać sporną miedzę (ho- ros), stanowiącą granicę tego, co moje (Mytych 2004: 1). Aż do XIX wieku słowo to funkcjonowało jako określenie „wyniku obserwacji i doświadczenia” (takie aforyzmy pisze np. Artur Schopenhauer; zob. Aforyzmy o mądrości życia). Aforystyka, rozumiana jako sentencjonalność, jest pewnie tak stara jak ludzkość – „aforyzm jest najstarszą, najprostszą i najpowszechniejszą formą filozoficznych rozważań” (Hans Margolius). Ta krótka forma bywa uznawana za „przednaukową wiedzę o człowieku, jakąś prehumanistykę, prepsychologię czy presocjologię” (Mytych 2004: 1–2). Schyłek myśli systematycznej nadszedł razem z sukcesem myśli aforystycznej – od Nietzschego do Adorna [tezy Carlo Ginzburga]. Aforyzmem nie jest więc każda sentencja, czy maksyma. Aforyzm nie musi być krótki. Aforyzm dokonuje zamachu stanu, jest wywrotowy, diagnozuje i leczy chorobę totalności. Jest sposobem myślenia, a nie tylko minigatunkiem literackim. Nietzsche mówi nim przeciw duchowi ciężkości, uprawia „lirykę myśli” [sformułowanie Stefana Lichańskiego] – która nie jest liryzowaniem, ale czujnym diagnozowaniem. Jego aforyzmy rodzą się z zetknięcia z rzeczywistością, z obserwacji rzeczy i faktów (Mytych 2004: 1–2). Dlatego pisze: „Nie ufam systematykom i ustępuję im z drogi. Pożądanie systemu jest brakiem rzetelności” (cyt. za: Mytych 2004: 1–2). Zdaje się, iż w ten sam sposób rozumował Gombrowicz, autor wielu celnych powiedzonek, na przykład: „Starszy przez młodszego jest stwarzany”, „Samotność jest wypychająca”, „O, styl – narzędzie tyranii!”, „Normalność jest linoskoczkiem nad otchłanią anormalności”, „O, rozkoszy normalnego stosunku po tyłu anormalnych stosunkach!”. Znaczący

gnomów (inne określenie aforyzmu, sentencji) w twórczości Gombrowicza zauważyli, iż kryje się w nich „perseweracyjna i perfekcyjna perswazja: [pisarz] po to wystylizował pewne zdania swej powieści na przysłowia, by Czytelnik: po pierwsze, uległ sile perswazyjnej, pogodził się z oczywistością wykładanych mu metodą «kawę na ławę» uogólnień; po drugie, by jak najdłużej zapamiętał owe «mitologiczne» (nawiązujące do mitologii indywidualnej) prawdy; po trzecie, by je – przekonany o ich Formie i Normie – propagował wśród ludzi uchylających się od «ferdydurkizmu»” (Paszek, Mazurkiewicz 1998: 59). Inspiracje postnietzscheańskie, czyli zainteresowanie „byciem”, awersja do systemu – „najgorszego rodzaju despotyzmu” oraz wymóg „rzetelności” wobec siebie i innych, są widoczne w wypowiedziach Emila Michela Ciorana, jednego z największych egzorcystów totalności: „Fanatyzm uśmierca wszelką konwersację. Czyż można rozmawiać z kandydatem na męczennika? Co powiedzieć komuś, kto z góry odrzuca wnikanie w nasze racje, a w chwili, w której zdecydowaliście się nie przyjąć jego racji, gotów jest raczej zginąć niż ustąpić. Niech żyją dyletanci i sofiści! Ci przynajmniej wchodzą we wszystkie prawdy”; „Historia jest ironią w marszu, szyderstwem z Ducha poprzez ludzi i wydarzenia”; „Im bardziej mamy poczucie, iż jesteśmy bez znaczenia, tym bardziej pogardzamy innymi”; „Myśliciele pierwszorzędni rozmyślają nad rzeczami, inni nad problemami. Trzeba żyć wobec bytu, a nie wobec ducha”; „Nic bardziej obcego tragedii niż idee odkupienia, zbawienia, nieśmiertelności”; „Nic tak nie wysusza umysłu, jak odraza do pojmowania ciemnych myśli”; „Psychologia jest grobem bohaterów”; „Rewolucje stanowią sublimację złej literatury”; „Strach, aby nie być wystrychniętym na dudka, stanowi pospolitą wersję poszukiwania prawdy”; „Wcześniej czy później wiara umocni się, policja zagwarantuje jej prawdę. Jezus – od chwili, w której chciał zatriumfować wśród ludzi – musiał przewidzieć Torquemadę – nieuniknioną konsekwencję chrystianizmu przeniesionego w historię”; „Wyjaśniać obsesję – to rzutować ją na zewnątrz siebie, wyganiać, egzorcyzmować. Obsesje są demonami świata bez wiary” (Cioran 1978: 135–140). W tekstach Ciorana, jak zauważył badacz, nie ma logicznego ciągu myśli, na każde zjawisko filozof stara się spojrzeć z różnych, często niespodziewanych punktów widzenia (Rowiński 1978: 144). Rumuński aforysta staje się

w ten sposób „męczennikiem lakoniczności, gorącym wyznawcą zasady «minimum słów, maksimum myśli». Mógłby on wykrzyknąć za antycznym poetą Kallimachem: «W i e l k a k s i ę g a – w i e l k a o h y d a»” (Rowiński 1978: 144).

DEFINICJA RETORYCZNA korzysta z – takiej a nie innej – struktury, nie po to, aby dostarczyć znaczenie słowa, ale by uwypuklić pewne aspekty rzeczywistości, które dzięki temu wychodzą z cienia, przechodzą na plan pierwszy (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1970: 234). Organizuje ona „wygląd” danego przedmiotu, przedstawia jego – niezauważone wcześniej – aspekty. W ten sposób staje się narzędziem perswazji: „Rano budzik wierci świadomość/ Zapalasz radio i zrywasz się./ Poranna wiadomość: W Chile znowu jest całkiem źle./ Jest środek dnia, wszyscy są w pracy/ w radiu leci stary Vivaldi./ Przecież zwykły, zmianowy robotnik/ Nie musi słuchać muzyki poważnej./ Ref. P o l i t y k a k u l t u r a l n a , / S ł o d k a p ł u k a n k a m ó z g o w a . / P o l i t y k a k u l t u r a l n a – / D y s k r e t n a p r e s j a r a d i o w a ” („Pudelsi”: Polityka kulturalna; tekst autorstwa „Kamana” z zespołu „Miki Mausoleum”). W miarę nieskomplikowane przenośnie (np. „p ł u k a n k a m ó z g o w a”) stanowią narzędzie perswazji sugestywnej, acz mało wysublimowanej. Innym, bardziej złożonym, przykładem definicji retorycznej jest ironiczny tekst wspomnianego już zespołu „Pogodno”: „No i jaki jest człowiek doskonały, / Jest dobrze mały do swoich małości / W sam raz duży do swoich słabości / A jak mu się harmonia zamienia w akordeon / Więcej je i pije, niż trzeba / Myśli ma po kilka do każdej chwili / A w snach widzi siebie jako pajaca...” (Człowiek doskonały; Pielgrzymka psów, 2004 Hajle Silesia). „Definiens” (element definiujący) tworzą oryginalne przedstawienie „definiendum” (członu definiowanego) – „idealnego” [sic!] przedstawiciela gatunku ludzkiego. Pytanie retoryczne wzmacnia efekt wypowiedzi, zaś żartobliwe solecyzmy („Jest dobrze mały do swoich małości / W sam raz duży do swoich słabości”) budują obraz umiarkowanego hedonisty w epoce rozpasanej konsumpcji. Słowo „harmonia” użyte, jak można mniemać, w znaczeniu przenośnym (jako odpowiednik „spokoju wewnętrznego”, stanu psychicznej równowagi), zostaje zrównane z „akordeonem” (nazwą instrumentu). Owa gra słów (paronomazja) wykorzystuje dwuznaczność wyrazu „harmonia”, który

oznacza zarówno stan ducha, jak i klawiszowy dęty instrument muzyczny. Ład duchowy („harmonia”) przekształca się w rozwichrzoną, wzburzoną emocjonalność – dyktat „serca” (w „akordeonie” dźwięczy łacińskie słowo „cordis”!) i niekontrolowanych sił nieświadomości („sny”). Myśl wyważona, adekwatna do danego momentu (tekstowej) egzystencji „człowieka doskonałego” zamienia się w wytężoną, szaleńczą refleksję, także wyrażoną za pomocą solecyzmu („Myśli ma po kilka do każdej chwili...”).

Język tożsamości i logiki potwierdza się w trybie rozkazującym i tak rozpoznaje swą własną aktywność jako ustanawianie rzeczy. Logika składa się z ustanawiających aktów mowy (zob. de Man 2004: 150). Figury nie są pochodnymi ani marginalnymi formami języka, lecz stanowią paradygmat językowy par excellence. „Struktura figuratywna nie jest jednym z wielu językowych modi, lecz charakteryzuje język jako taki” (zob. de Man 2004: 130). Mowa „bez figur jest mową całkowicie przejrzystą” i – tym samym – nieistniejącą. Figura jest swego rodzaju ubraniem na niewidzialnym ciele, które pozwala nam dostrzec mowę po raz pierwszy (Todorov 1988: 131). W ten sposób, figury stanowią ważny element kreowania rzeczy za pomocą słów, tworzenia (werbalnych) uniwersów. Czyniąc z „błędu” „cnotę”, wyrażenia figuralne wiążą się – mówiąc słowami Ricoeura – z „poznaniem, wyobrażaniem i odczuwaniem” oraz (tym razem Rilke!) „wyznaczają miary” ludzkiej egzystencji. Retoryka, chociażby ze względu na rodzaj gramatyczny słowa, może być zestawiona z kobietą. Rozszerzając metaforę Todorowa, mogę stwierdzić, iż „Pani Retoryka” – lub raczej (rozumiana poststrukturalnie) „Retoryczność” – jest ubrana w (splecioną z figur) tkaninę, której nie jest w stanie „z siebie” zdjąć. Każda próba tego rodzaju przypominałaby wysiłki Heraklesa, usiłującego zedrzeć z siebie koszulę Dejaniry. W wiązałyby się ze „śmiercią” języka jako takiego. Figury stanowią więc czynnik podtrzymujący go „przy życiu”, po stronie istnienia.

Agnieszka Budzyńska-Daca

Pronuntiatio, czyli sztuka wygłaszania mowy

Ars celare artem

Wygłoszenie mowy, gr. hypokrisis, łac. actio, pronuntiatio, jest ostatnią częścią w strukturze teorii retorycznej. Teoretycy wymowy ustalili tu pewne prawidłowości dotyczące sposobu operowania głosem, wskazywali jaką przyjmować postawę ciała, jak właściwie wykorzystywać gesty i mimikę. Problemy te, ujęte dziś pod hasłem komunikacja niewerbalna, stanowią przedmiot wnikliwych badań różnych dyscyplin psychologicznych. Komunikowanie pozasłowne, przekazywanie informacji w formie sensorycznej może być rozpatrywane w obszarze całej jego złożoności, z uwzględnieniem wszelkich zachowań w obszarze całego ciała mówcy bez względu na to, czy są efektem zamierzonych zabiegów, czy też efektem nieświadomych zachowań, niezaprojektowanych uprzednio przez mówcę. Jest to więc obszar wielu zagadnień i wielu dziedzin badawczych[22]. W tym miejscu chciałabym zwrócić uwagę na techniki wygłaszania, zawężając jednocześnie ten obszar do sfery działań, które warunkują powodzenie procesu komunikacyjnego, czyli tych zachowań, o które mówca powinien w sposób świadomy zadbać, aby swoją wypowiedź uczynić fortunną komunikacyjnie.

Kim jest dobry mówca? Najprościej byłoby ująć to w jednym słowie – mówca charyzmatyczny, czyli taki, który potrafi wzbudzić ciekawość, porwać słuchaczy swoją mową. Charyzmatyczność jednak, jak wskazuje na to źródłosłów, gr. charis, to dar od bogów, łaska, dar darmo dany, jest cechą osobowości. Lecz nawet jeśli mówca nie uzyskał tych cech „za darmo”, miał taką możliwość, aby zgodnie z zaleceniami teoretyków wymowy usprawnić swój warsztat oratorski. Charyzmatyczność wcale nie musi oznaczać technicznej doskonałości wypowiedzi, czyli mówienia według oratorskich reguł. Semantyka greckiego słowa charis mieści

w sobie też pojęcie „wdzięk”, „wdzięczności”, czyli pewnych jakości trudno definiowalnych w kategoriach technicznych. Wdzięk sprawia, że coś nam się podoba, choć nie sposób określić w ramach proporcji i miary, czym to „coś” jest.

Patronem wszystkich nieobdarowanych przez los, a mimo to wielkich mistrzów oratorskich byłby Demostenes, który dzięki żmudnej pracy osiągnął doskonałość w sztuce mówienia, przełamując naturalne ułomności własnej dykcji i wymowy. Znane są opowieści Plutarcha o tym, jak Demostenes ćwiczył swój głos, przekrzykując huk morskich fal, lub o tym, jak strzygł sobie głowę do połowy, aby nie wychodzić z domu i dopracowywać do perfekcji przemówienie przed fikcyjnym audytorium. Kiedy zaś zapytano go o to, co jest najważniejszą rzeczą w sztuce retoryki, po trzykroć odpowiadał – wygłoszenie.

Dla wielu pokoleń mówców dawnych wieków oratorskim arcymistrzem był Cynceron. Choć przecież jego wystąpienia publiczne nie zostały nigdzie zarejestrowane, nie znamy ani tembru jego głosu, ani sposobu poruszania czy mimiki twarzy. Kiedy jednak czytamy słynne mowy polityczne, oskarżycielskie, widzimy człowieka żywego, wyraz twarzy, postawę ciała, możemy wyobrazić sobie zdecydowany ton jego głosu. Emocje wpisane w słowo musiały przełożyć się na gest, obraz, ekspresywność mowy[23].

Przywołajmy fragment wstępu ze słynnej pierwszej mowy przeciwko Katylinie:

Kiedy wreszcie przestaniesz, Katylinino, nadużywać naszej cierpliwości? Jak długo jeszcze będziesz drwił z nas, szaleńcze? Dokąd panoszyć się będzie ta nieokiełznana zuchwałość? Czy ani nocna straż na Palatynie, ani warty na mieście, ani przerażenie ludu, ani zgromadzenie najlepszych obywateli, ani to warowne miejsce posiedzeń senatu, ani twarze i wzrok tych ludzi żadnego na tobie nie wywarły wrażenia? Nie rozumiesz, że twoje plany odkryto, nie widzisz, że z chwilą uwiadomienia o tym całego senatu pokrzyżowany został twój spisek? Co ostatniej, co poprzedniej nocy robiłeś, gdzie byłeś, kogo zwoływałeś, jaki plan powziąłeś – kto z nas, myślisz, tego nie wie? Co za czasy, co za obyczaje! (Cynceron 1960: 45)

Istna orgia pytań, oczywiście retorycznych. Wyobraźmy sobie autora tego oratorskiego popisu. Czyż można byłoby wygłosić taki wstęp bezbarwnym głosem, z kamienną twarzą, siedząc w bezruchu? Takie wykonanie zniszczyłoby potencjał emocjonalny wpisany w figury retoryczne, uwięziłoby słowa w tekście. Wyobraźnia czytelnika przyporządkowuje więc temu tekstowi obraz mówcy pełnego pasji, energii i zaangażowania. Z pewnością tym samym tropem podążała wyobraźnia Matejki, który, odczytując Kazania sejmowe Piotra Skargi, utrwalił na płótnie obraz namiętnego kaznodziei, choć ten, jak później dowiedziono, kazań w tych okolicznościach nigdy nie wygłosił.

Cycon pozostawił jednak nie tylko swoje mowy, ale też wiele wskazówek dotyczących sposobów wygłoszenia przemówienia. Oczywiście naśladować dziś Cycon, takiego, jakiego wyobrażamy sobie, czytając jego mowy, byłoby czymś równie sztucznym, jak w czasach renesansu, kiedy z uwielbienia dla mistrza kopiowano jego styl w sposób bezkrytyczny, gdy już samo naśladowanie znakomitego wzorca udzielić miało wypowiedzi pożądaną jakość.

Znamienne, że u zarania refleksji nad sposobem prezentacji wypowiedzi wpisane było podobieństwo między grą aktora a wystąpieniem mówcy. W języku greckim wygłoszenie mowy określane było terminem hipókrizis. Pojęcie to oznaczało zarówno „przemawianie”, jak i „grę sceniczną”, ale także „udawanie”, stąd w naszym słowniku pojęcie „hipokryzja”. W języku łacińskim z kolei, posługiwano się terminem actio, który był także wspólny i dla działań aktora i oratora, oznaczał „czynność”, „działanie”. Zadaniem zarówno aktora scenicznego, jak i oratora, mówcy politycznego, sądowego było przekazanie odbiorcom w sposób sugestywny, wiarygodny treści, jakie niosła ich rola.

Wspólny cel sztuki aktorskiej i oratorskiej – uwiarygodnienie przekazu słownego za pomocą środków pozawerbalnych, determinował jednak różne środki ekspresji. W wypowiedziach teoretyków często pojawiają się uwagi, aby unikać pewnych gestów, które właściwe są dla akcji scenicznej, nie przystoją zaś zupełnie mówcy. Przywołajmy fragment z pisma Cycon odnoszący się do szczegółów akcji oratorskiej:

Postawa górnej części tułowia powinna być dzielna i męska, nie wzorująca się na aktorach na scenie, lecz zbliżona raczej do

wojskowego lub gimnastycznego sposobu trzymania się; ruchy ręki nie zanadto ostre, tak żeby gesty palców towarzyszyły słowom, ale nie podkreślały ich silnie, ramię swobodnie wyciągnięte, niby gotowe do zadania ciosu; tupnięcie nogą dozwolone jest przy rozpoczynaniu lub kończeniu gwałtowniejszych ustępów polemicznych. (De oratore III 59.220, za: Maykowska 1936: 43)

Autorzy dzisiejszych poradników skutecznej komunikacji z pewnością nie uznaliby niektórych zaleceń Cycerona za komunikacyjnie fortunate[24]. Niewłaściwe byłoby na przykład tupanie nogą, nawet w polemicznym ferworze. Nieprzystawalność pewnych wskazówek mówców starożytnych do dzisiejszych realiów wiąże się zapewne z innym rozumieniem funkcji retoryki, a co za tym idzie z inaczej ukształtowaną relacją między mówcą a odbiorcą. Relacja ta w retoryce klasycznej polegała na komunikacji jednostronnej, była układem o charakterze antagonistycznym. Współczesne standardy komunikacyjne sytuują mówcę i odbiorcę w układzie kooperatywnym z nastawieniem na obustronną komunikację. Dzisiejsza psychologia komunikacji hołduje zasadom odwzajemnienia (jeśli ty mi coś dasz, ja będę starał ci się odwdziaczyć) i sympatii (staraj się wzbudzać życzliwość, bądź taktowny, grzeczny). Sprzyja to możliwościom osiągnięcia kompromisu[25].

Pamiętajmy jednak o tym, że główną zasadą retorycznego dyskursu jest kategoria stosowności (gr. *prépon*, łac. *decorum*), potocznie nazywana taktem retorycznym. Jest to pojęcie funkcjonujące na wielu płaszczyznach, zarówno estetycznej, etycznej, jak i stylistycznej. Warunkuje uzyskanie poczucia harmonii między myślą a słowem, które tę myśl wyraża. Oznacza także dostosowanie wypowiedzi do zewnętrznych warunków, takich jak okoliczności wygłoszenia, charakter audytorium czy powód, dla którego mowę się wygłasza. Reguła taktu retorycznego warunkuje odpowiednie połączenie przepływu myśli, rytmu języka, zmienności tonu głosu w celu stworzenia spójnej wypowiedzi spełniającej cele perswazji. Stosowność jest tylko w pewnej mierze rzeczą reguł. Trzeba wiedzieć, co przystoi w danych okolicznościach, czego należy unikać. W dużej części jednak polega ona na twórczym działaniu, wrażliwości w postrzeganiu świata i łatwości w sposobie

przeorganizowywania wewnętrznych nastawień zgodnie z wymogami zmieniających się sytuacji.

Już na etapie opracowywania wystąpienia, które przeznaczone jest do wygłoszenia, należy pamiętać o możliwych reakcjach audytorium. Nie da się oddzielić zupełnie myślenia o sposobie wygłoszenia mowy od etapu jej konstruowania. Opracowując tekst, mówca powinien mieć przed oczyma jego odbiorców. Zdarza się jednak, że mówca wygłasza mowę, której autorem jest ktoś inny. W starożytnej Grecji korzystano np. z usług logografów, którzy trudnili się pisaniem mów na zamówienie. Dziś logografię uprawiają specjaliści od public relations, którzy doradzą także, jak powinno się uwiarygodnić wypowiedziany tekst. Mówca nie jest wówczas twórcą mowy, ale jej odtwórcą, podobnie jak aktor jest odtwórcą powierzonej mu roli.

To audytorium warunkuje sposób przedstawienia mowy. Na początku więc należy się zorientować, jak liczna jest grupa odbiorców, czy są to fachowcy w tej dziedzinie, o której mowa. Istotne okazać się może, czy słuchacze są ludźmi wykształconymi czy też nie, w jakim są wieku, co ich interesuje. Przede wszystkim, jakie jest ich nastawienie do zagadnienia, o którym będzie mowa. Wszystkie te elementy mówca musi wziąć pod uwagę, przygotowując argumentację, ale także przygotowując się do bezpośredniej konfrontacji z audytorium, czyli do wygłoszenia mowy.

Jedną z zasad warunkujących powodzenie wygłoszenia mowy jest *captatio benevolentiae*, czyli pozyskanie przychylności słuchaczy. Tylko słuchacz, którego życzliwość uda nam się pozyskać, będzie miał w sobie gotowość do wysłuchania tego, co chcemy mu przekazać, do czego chcemy go przekonać. Dlatego tak ważne są pierwsze minuty bezpośredniej konfrontacji z audytorium. Pierwszym elementem jest samo pojawienie się mówcy przed zgromadzeniem (mównica, sala wykładowa, prezentacje handlowe). Jeśli jest to możliwe, mówca powinien pojawić się w miejscu wystąpienia wówczas, kiedy słuchacze zdążą się już przygotować do słuchania, tak, aby to on był przez nich oczekiwany, a nie odwrotnie. Oczywiście czas oczekiwania nie może być zbyt długi, w przeciwnym razie słuchacze zaczną się irytować i mogą odebrać zachowanie mówcy jako przejaw braku szacunku.

Bezpośredniej konfrontacji z audytorium często towarzyszy *trema*. Starożytni teoretycy wymowy oceniali to zjawisko pozytywnie

(Maykowska 1936: 51–52). Sądzi, że widoczne przejawy tremy u mówcy schlebiają audytorium. Słuchacze czują się dowartościowani, gdy widzą, że wytrawny mówca czuje się onieśmielony w kontakcie z nimi. To pierwsze wrażenie wzbudzało sympatię audytorium i pozostawiało wrażenie, że mówca jest osobą skromną, żywiącą szacunek i respekt dla swoich słuchaczy. Czym innym jest jednak skromność intencjonalna, zaprojektowana, która ma imitować w sposób wiarygodny tremę, czym innym autentyczna trema, która paraliżuje głos i swobodę ruchów. Wydaje się więc, że to, co starożytni postrzegali jako przejaw tremy, mogło być po prostu niewerbalnym przejawem toposu skromności, który zwykle powinien był występować na początku mowy.

Jak zrobić, aby to, co zostało już przemyślane, spisane, czy w jakiś sposób utrwalone w pamięci, trafiło do słuchaczy w takiej formie, jakiej życzyłyby sobie tego mówca. Pierwsza rzecz, istotna, czy lepiej odczytywać swoje przemówienie, czy też wypowiadać je „z głowy”. Zdecydowanie drugi wariant jest skuteczniejszy perswazyjnie. Mówca powinien mieć kontakt wzrokowy ze słuchaczami. Jest to element istotny, gdy chodzi o budowanie zaufania do własnej osoby, a więc i do sprawy, o której się mówi. Wzrok utkwiony w kartkę papieru bądź w jakiś punkt poza odbiorcą przekazu sygnalizuje negatywne emocje mówiącego, a w konsekwencji może wytworzyć przekonanie o negatywnych intencjach mówcy. Jeśli więc mówimy do dużej grupy ludzi, powinniśmy ogarniać wzrokiem całe audytorium, czyli kierować swój wzrok na wybrane osoby z różnych miejsc sali. Dzięki temu nasi odbiorcy będą mogli utrzymać uwagę na tym, co mówimy, w efekcie więc lepiej przyswoją wiedzę i będą mieli wrażenie, że kierowaliśmy swoje słowa właśnie do nich. Jeśli mówimy do małej grupy osób, powinniśmy starać się zatrzymywać wzrok na każdej z osób. Należy przy tym kontrolować reakcje odbiorców. Ich twarze wyrażające zainteresowanie lub jego brak powinny być wskaźnikiem albo do zmiany formy wypowiedzi, albo do kontynuacji dotychczasowym torem. Jeśli wypowiedziane przez nas słowa spotkały się z uznaniem słuchaczy, powinniśmy podtrzymać poruszony temat, aby pobudzić naszych odbiorców do aktywnego uczestnictwa w wystąpieniu.

Najlepiej sprawdza się korzystanie z konspektu hasłowego. Zaglądając do kartki, tylko na moment tracimy kontakt wzrokowy z odbiorcą. Informacja, którą przeczytamy, ma być dla nas wskazówką do rozwinięcia

kryjących się pod tym hasłem treści. Konspekt daje poczucie bezpieczeństwa, że nie pominiemy istotnego dla tematu argumentu, nie zgubimy wątku czy nie zburzymy zaplanowanej uprzednio kompozycji mowy. Jednocześnie zmusza do twórczego myślenia, improwizacji, nie blokuje odkrywczych pomysłów, które lubią się pojawiać w momencie, kiedy mówca poczuje autentyczne porozumienie z odbiorcami.

Początkujący mówcy, dla których trema jest czynnikiem paraliżującym, czują się jednak bezpieczniej, odczytując wystąpienie z kartki. Pozwala im to na uniknięcie błędów językowych czy merytorycznych, trzymanie się tematu. Mogą wówczas wykorzystać notatki jako atrybut wiarygodności i kompetencji, kiedy np. umieszczą tam zestawienia liczbowe, dane statystyczne, cytaty, które dobrze jest przecież z uwagi na wierność przekazu odczytywać. Ważne jest przy tym, aby odbiorcy zinterpretowali fakt korzystania z materiałów jako przejaw rzetelnego przygotowania mówcy do wystąpienia. Jeśli decydujemy się na to, aby odczytywać przemówienie z kartki, starajmy się robić częste pauzy, aby móc ogarnąć wzrokiem audytorium. Wzrok mówcy powinien być spokojny. Należy unikać nerwowych, rozbieganych spojrzeń. Mówca wysyła wraz ze swoją wypowiedzią mnóstwo sygnałów pozawerbalnych, które podobnie jak argumenty ubrane w słowa, mają moc perswazyjną. Należy zadbać, aby te pozawerbalne sygnały były zestrojone z treścią przekazu słownego, aby nie było między tymi dwoma systemami kodów dysharmonii.

Bez względu na to, czy korzystamy z notatek czy wygłaszamy nasze przemówienie „z głowy”, należy je traktować tak, jakby było wymyślane w momencie wystąpienia. W sferze wysłownienia wrażenie to wspomagają figury kontaktu z odbiorcą (interrogatio, subiectio, communicatio, dubitatio, aversio, correctio, interpellatio itp.), zaś w sferze wygłoszenia – odpowiednia mimika, gestykulacja i sposób operowania głosem. Odbiorca nie powinien mieć wrażenia, że dla mówcy wystąpienie przed publicznością to rutyna. Traci wówczas poczucie wyjątkowości sytuacji, co w efekcie osłabia jego uwagę. W starożytnej teorii oratorstwa hołdowano zasadzie *ars celare artem* (sztuką jest umiejętność ukrycia sztuki). I jest to z pewnością sztuka trudna, ale warta ćwiczenia. To umiejętność osiągnięcia takiego sposobu mówienia między rutyną, nonszalancją a perfekcjonizmem i kompetencją wypowiedzi.

Ważne wskazówki dotyczące sposobów pozyskiwania uwagi audytorium[26] przekazał znawca akcji scenicznej, Gustaw Holoubek. Według niego mówca powinien w sobie wywołać taki stan świadomości, który warunkuje bycie wysłuchanym, dobrze odebranym:

nasuwa mi się takie przypuszczenie, że trzeba być wobec nich (widzów) taktownym. Taktownym, co to oznacza? Po prostu nie należy budzić jakiegoś zamieszania, tylko próbować skoncentrować uwagę na sobie, żeby ta publiczność zaczęła mnie obserwować – po uzyskaniu tego samopoczucia zaczynam dopiero interpretację swojej roli. [...] Zawsze wtedy, kiedy chcę kogoś przekonać, zjednać do siebie, muszę być skoncentrowany na słuszności swojej wypowiedzi, na tym, co rzeczywiście chcę powiedzieć. To zdumiewające, do jakiego stopnia odczuwalna jest podobna wymiana energii. Odczuwalna niesamowicie. Mówię bardzo poważnie, że w momencie występu, kiedy to się dzieje tracimy poczucie rzeczywistości. To znaczy jest to taki rodzaj skupienia, który powoduje, że wszystko to, z czym przyszliśmy, co nas obarcza – począwszy od rodziny własnej, od przygód, które jeszcze sekundę temu przeżywaliśmy – wszystko to odpada, nie ma, nie ma w ogóle rzeczywistości, tej rzeczywistości normalnej, potocznie rozumianej. Jest tylko rzeczywistość, którą ja proponuję. Tylko ona. I to jest sposób na koncentrację – odrzucenie wszystkiego, co jest prywatnością. (Holoubek 2002: 68)

To bardzo istotna uwaga, aby być przede wszystkim skupionym na rzeczach, o których się mówi. Należy starać się odrzucić myśli o opiniach na temat własnej osoby, wyobrażenia o negatywnych sądach, które mogłyby nas dotyczyć. Ograniczają one bowiem swobodę i lekkość mówienia.

Kolejną ważną rzeczą, o której mówca powinien pamiętać, jest tempo wypowiedzi i stosowanie cezur poprzedzających kolejne partie tekstu. Umożliwia to odbiorcom oswojenie się z wygłoszonymi przez mówcę kwestiami, wzmaga koncentrację, wzbudza zainteresowanie tym, co ma po pauzie nastąpić. Dla mówcy z kolei cezura jest momentem wytchnienia, pozwala zebrać energię przed kolejną partią wypowiedzi. Pozwala modulować tempo i głośność mówienia. Cezura powinna być zaznaczona

przejściem (*transitio*). Są to pewne skonwencjonalizowane formuły pomagające mówcy przejść od jednego zagadnienia do drugiego, np. „z drugiej strony”, „spójrzmy tymczasem na...”, „przyjrzyjmy się temu zagadnieniu”, „rozważmy problem”, „zastanówmy się”, „po pierwsze”, „trzeba jednak przyjąć”, „z tej perspektywy problem jawi się jako”. Pojawiają się w miejscach progów kompozycyjnych, i pozwalają odbiorcom śledzić kolejne części mowy, etapy argumentacji.

Segmentacji wypowiedzi powinna towarzyszyć odpowiednia intonacja. Mówcy, zwłaszcza niedoświadczeni, obawiają się ciszy, przestojów w mówieniu, używają więc rozmaitych „wypełniaczy” fonetycznych w postaci „yyy”, „eee”, które zbyt często stosowane drażnią ucho odbiorcy. Powodują, że mowie brakuje dramaturgii, staje się monotonna i dźwiękowo bezkształtna. Tymczasem celowe, zaplanowane momenty ciszy mogą budować napięcie, rodzaj oczekiwania na to, co ważne, co ma dopiero być wyartykułowane. Poza tym monotonne mówienie z częstymi pauzami wokalizowanymi obniża wiarygodność mówcy i przyspiesza wyłączenie uwagi ze strony słuchaczy. Mówcy są bardziej przekonujący, kiedy mówią z większą zmiennością: coś szybciej, coś głośniej. Umiarkowanie szybkie mówienie znacząco sprzyja przyjmowaniu i zapamiętywaniu faktów (Allhoff, Allhoff 2008: 47). Większość ludzi wypowiada ok. 125 słów na minutę, podczas gdy w ciągu tej samej minuty jesteśmy w stanie usłyszeć co najmniej cztery razy tyle (Morreale, Spitzberg, Barge 2007: 607). Zatem przyczyną niezrozumienia tekstu przez audytorium nie jest najczęściej zbyt szybkie tempo mówienia (oczywiście w granicach przyzwoitości), ale zbyt mała wyrazistość artykulacyjna wypowiedzi. Intonacja, tempo mówienia może także wpłynąć na kompozycyjne walory mowy.

Wstęp jest tym elementem kompozycji, na którym spoczywa zadanie pozyskania przychylności słuchaczy (*captatio benevolentiae*). Mówca powinien więc szczególnie zadbać o to, by jego zachowanie niewerbalne było kongruentne, czyli harmonijnie zestrojone, ze słowami, aby jego postawa, głos, intonacja wyrażały gotowość do nawiązania kontaktu z odbiorcą. Powinien zadbać o dobitność wypowiedzi i mówić zdecydowanie wolniej. Jeśli w kompozycji występują elementy *narratio*, czy to w postaci relacji wydarzeń, czy anegdoty czy historii, również należałoby je wydzielić intonacyjnie. Szybsze mówienie wytwarza

poczucie ekscytacji, więc dobrze sprawdza się w tej partii wypowiedzi. Można nieco ściszyć głos, uplastyczyć wypowiedź gestykulacją, aby wzbudzić ciekawość. Argumentatio z kolei wymaga od mówcy zdecydowanego tonu głosu, postawy, która wyraża pewność siebie. Przy elementach refutatio zaś głos mówcy powinien brzmieć najbardziej wyraziście, ruchy dłoni mogą uwypuklać treści słowne. Zakończenie, podobnie jak wstęp, jest tym elementem mowy, na którym skupia się największa uwaga odbiorcy. Należy więc zadbać o to, by otrzymał odpowiednie wsparcie mnemoniczne, zwolnić tempo mówienia, artykułować słowa w sposób wyrazisty, akcentując najważniejsze z nich.

Zadaniem mówcy jest umiejętne przekazanie uczuć tkwiących w temacie perswazji (funkcja movere). Starożytni teoretycy wymowy kładli duży nacisk na ten element ekspresji oratorskiej. Cynceron podkreśla, że ze wszystkich zalet mówcy największą jest ta, aby zapalił dusze słuchaczy i porwał je do tego, czego wymaga dana sprawa. A jako przykład niewłaściwej akcji oratorskiej podaje wystąpienie mówcy, który przedstawiając dowody zamachu na swoje życie, nie potrafił przekonać audytorium pozbawionym ekspresji wygłoszeniem, dlatego jego argumentacja, mimo iż starannie przygotowana, straciła ważność. Oto zarzuty pod adresem niewiarygodnego oskarżyciela:

gdybyś nie zmyślał, czybyś tak mówił? Mógłżeby człowiek, który tak dzielnie i wymownie zwykł drugich od niebezpieczeństw bronić; tak dalece na własne niebezpieczeństwo być spokojnym? Gdzież boleśna uraza? Gdzież wzruszenie, które nawet z głębi duszy dzieci wydobywa głos żalu i narzekania? Zupełna w duszy i na ciele spokojność: nie uderzyłeś się w czoło, ani w goleń, nawet nogą nie tupnąłeś, co jest najmniejszym znakiem wzruszenia. Nie tylko nie zapaliłeś naszych umysłów, ale zaledwie mogliśmy się powstrzymać od uśnienia. (Cynceron 1873: Brutus: 86)

Mówca powinien więc, zanim wygłosi swoją mowę przeżyć emocjonalnie temat perswazji i starać się dostosować uczucia w nim tkwiące do własnego temperamentu, tak, aby mógł w sposób wiarygodny je wyrazić i wzbudzić podobne odczucia u odbiorców.

Spójrzmy na kilka przykładów wstępów.

Wystąpienie Władysława Bartoszewskiego wygłoszone podczas oficjalnego otwarcia Międzynarodowych Targów Książki. Frankfurt nad Menem, 17 października 2000.

Podobno – tak pisali starzy kabaliści – tyle jest dobrych aniołów, ile gwiazd, i tyle przyjaznych gwiazd, ile dobrych książek, a ktoś, kto je wszystkie przeczyta, będzie u siebie w domu. To znaczy, że usłyszy i pojmie piękno muzyki sfer niebieskich, a zarazem – piękno muzyki ludzkiego serca. (Bartoszewski 2001: 125)

Ten bardzo piękny początek o pięknie mówiący zadość czyni regule stosowności. Mamy tu koherencję między sferą res i verba, czyli między treścią a stylem wypowiedzi. Ten rodzaj wstępu o charakterze narracyjnym, wymaga też stosownej interpretacji intonacyjnej, która wzbudziłaby ciekawość słuchaczy, spokojnego wyciszonego nieco głosu.

Zupełnie inny nastrój oddaje wstęp z mowy prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego. Jest to toast podczas obiadu wydanego na cześć George'a Busha, prezydenta Stanów Zjednoczonych Ameryki. Warszawa, 15 czerwca 2001 roku.

Szanowny Panie Prezydencie, Szanowna Pani Lauro Bush, Drodzy Amerykańscy Przyjaciele, Szanowni Państwo!

Z radością witam w Warszawie Prezydenta Stanów Zjednoczonych George'a Walkera Busha, jego małżonkę i wszystkich amerykańskich gości. Witam w imieniu własnym i mojej małżonki, a także co podkreślam w imieniu milionów Polaków, którzy myślą o Ameryce z wielką sympatią i przyjaźnią. (Kwaśniewski 2002: 246)

To dość konwencjonalne rozpoczęcie mowy powitalnej, w której wyraża się radość z przybycia wyjątkowego gościa. W wypowiedź tę wpisany jest entuzjizm, toteż zarówno intonacja, jak i postawa mówcy powinny ten entuzjizm wydobyć.

Exposé Premiera Marcinkiewicza.

Panie Prezydencie! Panie Marszałku! Wysoka Izbo! Naród, najwyższy suweren, udzielił w wolnych wyborach największego poparcia Prawu

i Sprawiedliwości. Stronnictwo Jarosława Kaczyńskiego uzyskało tym samym przywilej desygnowania kandydata na premiera rządu Rzeczypospolitej Polskiej. Z woli zwycięskiego ugrupowania przypadł mi ten zaszczyt, obarczony ogromną odpowiedzialnością. To powód do dumy, jestem bowiem jedenastym z kolei premierem, który po odzyskaniu niepodległości staje, wraz z Radą Ministrów, przed Wysokim Sejmem, prosząc o udzielenie wotum zaufania. (<http://serwisy.gazeta.pl/kraj/1,69906,3010111.html#more>)

Ten wstęp ma nadać mowie nastrój powagi. Mówca zanim przedstawi argumenty na rzecz poparcia własnej osoby i programu, który zamierza realizować, akcentuje wyjątkowość chwili i poczucie dumy z powierzonej mu misji[27].

W każdym z cytowanych fragmentów wyrażone zostały uczucia, czy to odczucia estetyczne, czy uczucia radości, dumy. Aby te uczucia przekazać mówca musi przyjąć określoną postawę, dostosować mimikę, głos do tonacji emocjonalnej wypowiedzi. Istotną rolę odgrywa także sposób akcentowania. W teorii retoryki wyróżnia się akcent logiczny, symboliczny i emocjonalny (Korolko 1998: 137–138).

Akcent logiczny służy do wydobycia ze struktury semantycznej słowa szczególnie znaczącego, na które mówca chce zwrócić uwagę słuchaczy. Służy wydobyciu, zaznaczeniu semantycznego punktu ciężkości określonego zdania. W słynnym zakończeniu homilii Jana Pawła II szczególnie wyraźnie zaznaczony został fragment:

Niech zstąpi Duch Twój!

Niech zstąpi Duch Twój!

I odnowi oblicze ziemi.

Tej ziemi!

Amen.

(Homilia w czasie Mszy św. odprawionej na placu Zwycięstwa Warszawa, 2 czerwca 1979, w: Jan Paweł II 1997: 25) (podkreśl. A.B.-D.)

Akcentowanie symboliczne polega na uwypukleniu intonacyjnym wyrazu lub frazy i zwykle pojawia się w obrazowym przedstawianiu

zdarzeń, charakterystyce postaci. Występuje we fragmentach patetycznych, zwłaszcza gdy mówca przywołuje pojęcia abstrakcyjne, nadając im emocjonalne zabarwienie. O akcencie emocjonalnym mówi się, gdy akcent symboliczny zestrojony jest z pozostałymi składnikami przemawiania, czyli intonacją, tempem mówienia, mimiką i gestem. Takie akcentowanie mogłoby się pojawić w następującym fragmencie:

Żaden z was, Przesacni Panowie, nie jest tak prosty, aby nie baczył ciężkiej i wielkiej niemocy tego naszego Królestwa i wewnętrznego a domowego jego zachwiania; abo żeby nie uczuł mocnego nieprzyjaciela, który na głowy nasze następuje i rozbojem straszliwym nam grozi. Byście domowe niemocy tego królestwa zleczyli, łacniejsza by obrona należeć się mogła. Ale jako się chory bronić ma, który sam na nogach swoich nie stoi? Leczyć pierwej tę chorą swoją matkę, tę miłą ojczyznę i Rzeczpospolitą swoją. (Skarga 1984: 36)

Mówcy, zwłaszcza ci, którzy często występują przed publicznością, powinni mieć dobrą dykcję, tzn. w poprawny sposób artykułować wyrazy i zdania. Podstawowe grzechy, gdy idzie o poprawność dykcyjną, dotyczą czterech typów zjawisk: pomijania, podstawiania, dodawania, zamazywania (Morreale, Spitzberg, Barge 2007: 611). Pomijanie części słowa występuje zwykle w końcówkach słów, np. rozumie zamiast rozumiem, Nie idźcie to drogo zamiast tą drogą; ale także w środku wyrazu, np. psor zamiast profesor. Podstawianie występuje wówczas, gdy mówca zastępuje część wyrazu nieprawidłowym dźwiękiem, np. czysta czydzieści zamiast trzysta trzydzieści. Pojawia się jako wynik upodobnienia się sąsiednich głosek w środku wyrazu, np. oczczytać zamiast odczytać, lub przy łączeniu wyrazów, np. oć cioci zamiast od cioci. Dodawanie polega na wstawianiu dodatkowych elementów w słowo, np. deratatyżacja zamiast deratyzacja. Zamazywanie występuje wówczas, gdy mówca zbija dźwięki i słowa razem, np. w przypadku spójników: zuporem zamiast z uporem. Wyraźne mówienie przy mniejszym natężeniu głosu jest zawsze lepiej odbierane i lepiej słyszalne niż mówienie głośnie i niewyraźne.

Należy też pamiętać o tym, aby artykulacja była adekwatna do semantyki wypowiedzianych słów. Gdy mówimy, że „coś nagle huknęło”,

musimy włożyć w tę wypowiedź więcej ekspresji i siły głosu, niż w słowa: „wszystko nagle zbladło”. Mówca powinien mieć świadomość możliwości, jakie daje dźwiękowa funkcja języka. Zbigniew Zapasiewicz tak mówi o perswazyjnej sile głosu:

Trzeba się zawsze odwoływać do tego, co jest biologią języka, co jest jego smakiem i siłą. Zależnie od tego, jaką siłę ma obraz, który chcemy przekazać, posługujemy się takim lub innym sposobem wypowiedzenia słowa. [...] Weźmy przykład z sali sądowej: „I TĘ RĘKĘ, KTÓRĄ OSKARŻONY PODNIÓSŁ NA TĘ OTO KOBIECĘ!” Oczywiście wzmacniamy naszą wypowiedź tak właśnie mówiąc podniesionym głosem. A gdy powiemy: „I te rękę, którą oskarżony podniósł na te oto kobiety”, to jest to oczywiście słabsze. Jest to sięgnięcie właśnie po biologię tego zdania [...]. Trzeba przejść, przebić się do mózgu, do świadomości tego, kto nas słucha. (Zapasiewicz 2002: 42)

Przywołajmy jeszcze w tym miejscu fragment jednego z ważniejszych podręczników retoryki, *Rhetorica ad Herennium*, dotyczący dykcji i higieny głosu:

Siłę głosu możemy w przemówieniach zachować głównie przez to, że zaczynamy z początku mówić głosem spokojnym i przytłumionym. Drażnimy bowiem krtań napełniając ją od razu, nie musnąwszy jej uprzednio łagodnie falującym głosem, ostremi i w krzyk przechodzącymi dźwiękami. Dobrze jest też stosować dłuższe przerwy, głos bowiem nabiera wtedy mocy przez zaczerpnięcie oddechu, a krtań podczas tej chwili milczenia wypoczywa. [...] Dzięki tym przerwom myśli także zarysowują się pełniej, a słuchacz ma chwilę czasu na zastanowienie się. Oszczędzamy głos nie pozwalając mu trwać zbyt długo w tem samym natężeniu, urozmaicenie miłe jest i dla słuchacza, gdy już to zatrzymuje jego uwagę spokojny ton przemówienia, już to podnieca go podniesione bardziej brzmienie głosu. (cyt. za: Maykowska 1936: 48)

Te same intuicje wyrażają autorzy dzisiejszych podręczników wymowy, pisząc o tzw. głosie publicznym. W odróżnieniu od głosu prywatnego, którego używamy w rozmowach codziennych, głos publiczny cechuje

większa różnorodność szybkości, wysokości, głośności mówienia. Siła użycia głosu zależy od wielkości publiczności, pomieszczenia, w którym się znajdujemy oraz poziomu hałasu, który może zakłócać naszą wypowiedź. Rzeczy, na które chcemy zwrócić szczególną uwagę, należy wypowiadać głośniejsze lub przeciwnie, jeśli i audytorium i pomieszczenie, w którym mówimy, jest niewielkie, można celowo ściszyć głos, by zmusić słuchaczy do wyłączenia odbioru, skupienia uwagi na jakimś ważnym punkcie argumentacji. Drugim istotnym elementem jest wysokość głosu. W naszym kręgu kulturowym istnieje ścisły związek między rejestrem głosu, a wiarygodnością przekazu. Bardziej wiarygodny wydaje się mówca, którego rejestr głosu jest niższy. Trudno słuchać przez dłuższy czas osoby, która mówi wysokim głosem. Wywołuje to napięcie w organach mowy słuchaczy, a co za tym idzie wcześniejsze uczucie zmęczenia. Znamienne, że przeciążenie narządów mowy prowadzi do chrząkania nie tylko mówiącego. Bardzo często pierwsi zaczynają chrząkać słuchacze (Allhoff, Allhoff 2008: 42).

Równie ważny, co odpowiednie akcentowanie i intonacja, jest sposób gestykulowania mówcy. Już Kwintyliusz przekonywał, że używając słownika gestów, który jest tak samo bogaty jak słownik werbalny, mówca jest w stanie stworzyć właściwy nastrój wypowiedzi.

[...] jeżeli ruchy pozostałych części ciała wspomagają jak gdyby nasze słowa, to ruchy rąk – można powiedzieć – mówią same przez się. Czyż przy ich pomocy nie żądamy, nie obiecujemy, nie wzywamy, rezygnujemy, grozimy, błagamy, nie odrzucamy od siebie, nie lękamy się, pytamy, zaprzeczamy, nie wyrażamy naszej radości, smutku, powątpiewania, przekonania, żalu, nie określamy sposobu, możliwości, ilości, czasu? Czyż one nie podniecają, nie wstrzymują, nie pochwalają, nie korzą się? (Kwintyliusz XI, 3, 85, za: Maykowska 1936: 45)

Specjaliści od komunikacji społecznej oszacowywali procentowy udział poszczególnych komponentów werbalnych i pozawerbalnych w procesie komunikowania. Wedle wyliczeń Alberta Mehrabiana, najwięcej informacji, bo aż 55%, zajmuje mowa ciała (czyli ruchy, postawa, gesty, mimika); 38% komunikatu zajmuje jakość głosu (głośność, tempo,

wysokość) i tylko 7% słowa. W innych wyliczeniach podaje się, że ok. 60–65% informacji pochodzi z kanału niewerbalnego[28].

Mówca świadomy siły oddziaływania gestów potrafi operować swoim ciałem, nadawać znaczenie ruchom rąk, uplastyczniać i wzmacniać argumentację. Gestykulacja posiada silniejszy niż język werbalny charakter dialogiczny. Nie można stworzyć pełnego słownika gestów, bowiem ich znaczenie każdorazowo zależne jest od kontekstu, w jakim odbywa się komunikacja. Istnieją natomiast różne semiotyczne klasyfikacje gestów. Wyróżnić można następujące kategorie zachowań gestycznych: emblematy, ilustratory, afektatory, regulatory, adaptatory (Antas 2001). Gesty emblematy obrazują konkretne słowa, stany emocjonalne czy związki frazeologiczne, np.:

- symbol zwycięstwa – V;
- kciuk i mały palec wyprostowane, trzy palce środkowe zgięte, pały palec w okolicy ust, kciuk w okolicy ucha, to znak mówiący „zadzwoń”;
- znak cudzysłowu – dwie ręce podniesione do góry jednocześnie, otwarte w kierunku rozmówcy, palce wskazujące i środkowe obu dłoni zginają się;
- kciuk uniesiony do góry – symbol „OK”;
- „gest Kozakiewicza”.

Zazwyczaj gesty te są używane świadomie w sytuacjach, gdy komunikacja słowna jest zakłócona, ale mogą też towarzyszyć słownym wyrażeniom, wzmacniać sens słów. Ilustratory, czyli takie zachowania, które służą uplastycznieniu wypowiedzi, uwypukleniu myśli. Wyróżnia się sześć typów ilustratorów: batuty, które mogą dublować intonację, wydzielać pewne części zdania, akcentować poszczególne słowa, całe frazy, zwykle są to krótkie ruchy rąk, które mówca wykonuje w przestrzeni przed sobą; ilustratory ideograficzne, które nakreślają kierunek myśli, np. wypowiadając słowa: „nie, to jest błędny sposób myślenia”, mówca wykonuje otwartą dłoń gest zatrzymania, zahamowania, skierowany w stronę swego rozmówcy; ilustratory deiktyczne, kiedy mówca wskazuje na coś, na konkretny przedmiot znajdujący się w jego zasięgu; ilustratory przestrzenne, kiedy np. chce zobrazować różnice wzrostu między ludźmi, wskazać na odległość dzielącą przedmioty, czy różnicę stanowisk w sporze; ilustratory kinetograficzne, kiedy opisuje fizyczne działania przedmiotów, ilustratory piktograficzne, kiedy opisuje same

przedmioty. Gesty afektatory, czyli wskaźniki emocji, to cała gama zachowań niewerbalnych, które obrazują stan emocjonalny, radość, gniew, smutek, obawy, głównie obserwowanych w sferze mimiki, choć nie tylko. Regulatory, zachowania, które pełnią ważną rolę informacyjną i porządkującą w procesie komunikacji. Kiedy np. prowadzący dyskusję wskazuje dłonią osobę, która ma zabrać głos, zmienia postawę ciała, aby zaznaczyć, że przechodzi do kolejnej tury rozmowy. Adaptatory to zachowania, które odzwierciedlają intensywność emocji i służą zaspokojeniu określonych potrzeb psychicznych lub fizycznych. Każdy człowiek ma właściwy sobie zespół gestów adaptacyjnych, wyuczonych w procesie socjalizacji. Wyróżnia się autoadaptatory, np. głaskanie szyi, skubanie brody, gładzenie kolana, obgryzanie paznokci. Ich zadaniem jest oswojenie własnych lęków, dostosowanie poziomu emocji do sytuacji, w której znajduje się mówca. I tzw. adaptatory przedmiotowe, czyli gesty, w których wykorzystujemy otaczające nas przedmioty do tego samego celu, np. bawimy się długopisem, okularami, głaszczemy krawędź fotela.

Okazuje się, że gestykulacja nie tylko pomaga odbiorcy w interpretacji komunikatu, ale także jest niesłychanie ważna dla spójności wypowiedzi nadawcy. Psychologowie dowodzą, że gestykulacja ma wpływ na pamięć krótkotrwałą i wspomaga docieranie do zasobów leksykalnych zgromadzonych w mózgu. Dzięki temu umożliwia spójne i płynne budowanie komunikatu, wpływa na obrazowość słowną. Eksperymenty dowiodły, że ludzie w sytuacji braku możliwości gestykulacji tracili kontrolę nad spójnością i płynnością wypowiedzi. Kiedy mówiący ma trudności z eksplikacją abstrakcyjnych pojęć, kiedy próbuje wtłoczyć w strukturę linearną wypowiedzi pewne całości wspólnie występujących właściwości danego doświadczenia, tzw. gestalty pojęć, „przenosi w rękach” pewne aspekty semantyczne tych pojęć czy relacji (Antas 2001, Załazińska 2001). Tak dzieje się np. w przypadku wyrażania idei posiadania, braku, chcenia, potrzeby[29].

Sposoby wyrażania gestów można zinterpretować z perspektywy kategorii wyabstrahowanych w badaniach nad oralnością. Amerykański antropolog i językoznawca, badacz kultur przedpiśmiennych, Walter Ong, wyróżnił kilka cech opisujących sposób komunikowania się właściwy tym kulturom. Są to takie zjawiska jak: redundancja, addytywność zamiast

podrzędności, nagromadzenie zamiast analizy, zachowawczość, bliskość wobec ludzkiego świata, zabarwienie agonistyczne, empatia i zaangażowanie, homeostaza, sytuacyjność zamiast abstrakcji (Ong 1992: 61–87). Kategorie te opisują sposoby myślenia i wyrażania w komunikacji kultur niepiśmiennych, ale można je odnieść także do sposobów realizowania akcji oratorskiej w kulturze współczesnej. Przyjrzyjmy się niektórym kategoriom.

Redundancja, czyli obfitość, polega na powtarzaniu w innej formie tego, co dopiero zostało powiedziane, aby ułatwić odbiorcy właściwe zrozumienie i zapamiętanie komunikatu. Zdecydowanie prościej jest przemawiać do audytorium jednorodnego, np. grupa specjalistów, studentów, laików w danej dziedzinie, przedstawicielei tej samej orientacji politycznej, niż do osób o zróżnicowanym stopniu wiedzy, wykształcenia i wreszcie różnym stosunku do argumentowanej tezy. Nie jest bowiem łatwo zawrzeć w jednym przemówieniu argumentację, która zadowoliliby wymagania różnorodnych pod względem kompetencji grup słuchaczy. Dlatego tak ważny jest sam sposób przekazu. Zwiększenie stopnia redundancji. Przemawiając do liczego grona słuchaczy, zwłaszcza o różnorodnych kompetencjach, dobrze jest stosować powtórzenia, wyrażać tę samą myśl innymi słowami, aby dać czas słuchaczom na przemyślenie tych kwestii, które mówca przed samym wygłoszeniem musiał przemyśleć, ułożyć, opracować. Trudno wymagać od słuchaczy, aby z kilkudziesięciminutowego przemówienia przyswoili wszystkie argumenty, których przygotowanie zajęło mówcy znacznie więcej czasu. Mowa ciała realizuje także funkcję redundantną, gesty mogą uwypuklać, podkreślać myśli, powtarzać to, co zostało wyartykułowane, np. emblematy, gesty ilustrujące. Powtarzanie daje mówcy poczucie bezpieczeństwa komunikacyjnego, gwarancję dobrego zrozumienia intencji skierowanych do odbiorcy.

Zabarwienie agonistyczne wyraża się często w prezentacji odmiennych stanowisk, różnych racji. Mówca wówczas może operować gestami w płaszczyźnie horyzontalnej (np. pokazując jedną i drugą stronę problemu, jakby ujmując w dłoni lewej argument jednej strony, w dłoni prawej argument przeciwny, bądź też nieznacznie przenosić ciężar ciała z jednej nogi na drugą nogę) lub rzadziej – wertykalnej (górze – dół, np. gdy występuje konflikt między racją silniejszego i słabszego). Takich

gestów zdradzających agonistyczne zabarwienie mowy może być bardzo wiele. Są to przeważnie ruchy wykonywane symetrycznie przez części jednej i drugiej połowy ciała. Nasze ciało nieświadomie ilustruje napięcie, jakie tkwi w przedmiocie mowy.

Podobnie duży wachlarz gestów unaocznia empatię i zaangażowanie mówcy. Jest to właściwie kategoria nadrzędna w akcji oratorskiej. Mówca niezaangażowany w sprawę, o której mówi, nie zdoła do niej przekonać odbiorców. Najwięcej emocji maluje się na twarzy mówcy. Twarz też może emocje zdradzać. Z punktu widzenia skuteczności perswazji dobrze jest, aby nie ujawniała tych niepożądanych (lęk, niesmak, irytację), a potrafiła wyrazić te, których mówca chciałby, aby uczyniły jego wypowiedź wiarygodną. Niewiarygodnie wygląda np. tzw. „przyklejony” uśmiech, mający imitować aprobatę i życzliwość, podczas gdy inne sygnały ciała zdradzają emocje niechęci, czy zniecierpliwienia. Odbiorca dostrzegający niespójność semantyczną między werbalnym a niewerbalnym przekazem, zazwyczaj jako prawdziwe interpretuje właśnie zachowania niewerbalne. Kiedy więc np. mówca wyraża słowami swoje zadowolenie ze spotkania: „Cieszę się bardzo, że pana widzę”, a w jego sposobie zachowania widać nerwowość, unika wzroku odbiorcy, wówczas prawdziwe będzie dla odbiorcy to, co mówi ciało nadawcy komunikatu, a słowne zapewnienia potraktuje jako konwencjonalny zwrot. Najlepszą maksymą dla mówcy, będzie po prostu „bądź naturalny”, a nie imituj naturalności. Jeśli zaś natura obdarzyła cię przesadną afektacją, naucz się powściągać ekspresję czy to zbytniego gniewu, czy przesadnej euforii.

Największe znaczenie dla wyrażania empatii mają oczy. Tak pisze o tym Kwintyliusz:

Najwięcej w twarzy znaczą oczy, przez nie wydostaje się jak gdyby cała dusza na wierzch, tak, że nawet nieruchome promienieć mogą radością, lub zasnuwać się mgłą smutku. [...] Poruszając się zaś przybierają oczy wyraz napięcia i energii, albo odwrotnie spokoju; stają się dumne, groźne, łagodne, surowe. Będziemy je więc wyposażać w ten czy inny wyraz zależnie od potrzeby. Nie powinny jednak nigdy być sztywne i szeroko rozwarte, albo omdlałe, nieruchome i wpatrzone w jeden punkt, albo też swawolne i rozbiegane na wszystkie strony,

bądź powłóczyście i jakby wezbrane rozkoszą, lub też zerkające z ukosa, i że tak powiem, rozmarzone, albo znów pełne pragnień i obietnic. Któż przy przemawianiu, jeżeli nie jest całkiem nieokrzesany lub niemądry, przymyka lub zaciska powieki? Skutecznej pomocy przy wyrażaniu różnorodnych uczuć przez oczy dostarczają nam powieki i policzki. Wiele także zyskuje się przez brwi. Albowiem one do pewnego stopnia nadają kształt oczom, one władają czołem. Ściągają je, naprężają, wygładzają. (Kwintyliian XI 3. 75, za: Maykowska 1936: 46)

Podobnie dwie inne kategorie określane jako bliskość ludzkiego świata i sytuacyjność zamiast abstrakcji wyznaczają sposób konstruowania wypowiedzi i wpływają na akcję oratorską. Być blisko ludzkiego świata, to pozwolić odbiorcy odnieść sens słów do konkretnego działania, takiej to a takiej sytuacji. Mowa wygłoszona tym różni się od napisanej i przeznaczonej do odczytania, że wymaga przeważnie reakcji audytorium, czy to w postaci głosowania nad wnioskiem w parlamencie czy decyzji składu sędziowskiego, czy deklaracji dotyczącej kupna-sprzedaży, jak to bywa w prezentacjach handlowych. Wymaga więc od mówcy dbałości o ukonkretnianie tego, co abstrakcyjne, aby nie musiał on w trakcie trwania przemówienia dokonywać głębokich analiz, co w efekcie mogłoby opóźnić lub uniemożliwić podjęcie decyzji. Gesty towarzyszące zabiegom ukonkretniania, zbliżania do świata zmysłowego to najczęściej gesty ilustrujące.

Sposób poruszania się mówcy, jeśli ma możliwość ruchu, ma również duże znaczenie. Poruszając się po dostępnej powierzchni przeznaczonej dla mówcy, może on wykorzystać znacznie większy wachlarz możliwości pozawerbalnych, spowodować, że uwaga słuchaczy będzie bardziej wytężona. Oczywiście pod warunkiem, że jego ruchy nie będą zdradzać tremy, onieśmielenia czy lęku przed kontaktem z odbiorcami. Szczególnie jest to ważne przy wszelkiego rodzaju prezentacjach, kiedy mówca ma możliwość ruchu w dostępnej przestrzeni między nim a audytorium. Należy przy tym pamiętać, aby nie naruszać przestrzeni osobistej słuchaczy, chyba że otrzymamy sygnały świadczące o takim przyzwoleniu. Wyróżnia się cztery strefy odległości przestrzennych:

- strefa intymna (0–45 cm)

- strefa osobista (45–120 cm)
- strefa społeczna (1,2–3,6 m)
- strefa publiczna (3,6–6 m)

Przekraczanie tych granic jest sygnałem świadczącym o próbie zmiany relacji między uczestnikami komunikatu. Należy więc pamiętać, aby w przypadku, gdy odbiorca poczuje się niekomfortowo z powodu nadmiernego zbliżenia i próbuje zachować stosowny dystans, uszanować jego wolę i zwrócić mu bezpieczną dla niego przestrzeń.

Z pewnością ważnym elementem, o którym powinien pamiętać ktoś, kto ma zamiar występować publicznie, jest odpowiedni ubiór. Ważne jest, aby był dostosowany do sytuacji. Jest on bowiem także elementem pozawerbalnym, który może przyczynić się do uwierzytelnienia argumentacji. Jak zawsze w retoryce, rządzi tu zasada stosowności. Ubiór nie powinien zatrzymywać na sobie większej uwagi niż treści wypowiediane przez mówcę. Nie może rozpraszać, ale harmonizować z osobą mówcy, sytuacją, w jakiej się znajduje, i celem wystąpienia. Przytoczę fragment wykładu prof. Bralczyka, którego elementy autooceny mogą uzmysłwić czytelnikowi potrzebę namysłu nad znaczeniem wyglądu mówcy:

Ubranie człowieka również jest znakiem, np. marynarka, którą założyłem. Nie założyłem jednak krawata. Może to jest trochę niestosowne, ale pomyślałem, że tak się ubiorę. Państwo to widzą i mogą to odebrać tak, że coś świadomie zrobiłem. Ale widzą państwo także, że jestem mały i gruby – to już nie jest tak, na pewno. Ja bardzo się cieszę ze swojego wyglądu, zwłaszcza jako mówca. U kobiet wywołuję uczucia pewnej opiekuńczości, u mężczyzn nie wzbudzam dzikiej zawiści – to także jest ważne w tej sytuacji. Ale to nie dlatego taki jestem. Tak akurat wyszło, że taki jestem. Czy to coś znaczy? Zapewne tak. Tylko nie intencjonalnie. (Bralczyk 2002: 50)

Fragment doskonale broni się bez komentarza. Nie namawiam Czytelników, żeby starali się uzyskać za wszelką cenę wygląd Profesora, ale raczej, żeby odczuli podobny komfort bycia we własnej skórze. Jeśli mówiący nie czuje dyskomfortu z powodu niewłaściwego stroju czy fryzury, odbiorcy będą bardziej skłonni zinterpretować jego wygląd jako

stosowny, niż gdyby usiłował wbrew swej naturze czy przyzwyczajeniom dopasować kostium do okoliczności.

I na koniec jedna pokrzepiająca myśl, na wypadek, gdyby zbiór przykazań i powinności oratorskich wydał się Czytelnikom trudny do realizacji w praktyce: „Wszyscy wielcy mówcy, byli najpierw złymi mówcami” (Ralph Waldo Emerson).

Część
druga

Maria Załęska

Retoryka a językoznawstwo

1. Wstęp

Według znanego powiedzenia „wszystko jest retoryką”. Wszystko? Jeśli wszelka komunikacja językowa jest komunikacją retoryczną, czy oznacza to, że zakres zainteresowań retoryki pokrywa się z problematyką lingwistyki? Czy wypowiedź typu: Idę po zakupy. Wrócę około piątej (która, zgodnie z powyższymi stwierdzeniami, wchodziłaby w zakres badań retoryki), rzeczywiście przekonuje do jakiejś tezy, bronionej w sytuacji faktycznego lub przewidywanego konfliktu interesów? Czy jest choćby przykładem „dobrego” mówienia, wykraczającego poza zwykłą poprawność językową? Intuicyjnie można dać odpowiedź negatywną na tak szerokie i nieuprawnione rozszerzanie problematyki komunikacji, będącej przedmiotem zainteresowań retoryki. Z drugiej strony, w sposób zwykle nieuświadomiony faktycznie stosujemy w komunikacji codziennej liczne zabiegi retoryczne, np. pewne figury retoryczne (zwłaszcza figury składni) to inny sposób opisu zwykłych zależności gramatycznych i syntaktycznych. Co stanowi o różnicy w podejściu obu dziedzin wiedzy do zagadnień języka, mowy, komunikacji?

Według kryterium chronologicznego, retoryka, sięgająca starożytności, mogłaby stanowić tło dla omawiania rozwoju lingwistyki, której przyznaje się konwencjonalnie status dyscypliny naukowej dopiero od początków XX wieku. Jednak dla ukazania specyfiki obu dziedzin wiedzy bardziej przydatne wydaje się być kryterium problemowe, z punktu widzenia współczesnego stanu rozwoju obu dyscyplin. Zgodnie z przyjętym założeniem, lingwistyka, jako ogólna teoria języka, mowy i wszelkiego typu komunikacji, stanowi tło dla opisu retoryki, czyli teorii komunikacji o szczególnych cechach jakościowych. Retoryka bowiem dotyczy komunikacji nastawionej na świadome wywieranie wpływu na odbiorców poprzez perswazję (retoryka jako teoria perswazji) i/lub poprzez spełnianie przyjętych w danej kulturze formalnych i treściowych

standardów wypowiedzi (retoryka jako ogólna teoria „dobrego” mówienia czy pisania; cudzysłów relatywizuje pojęcie „dobrego” tekstu, odmiennie rozumiane w różnych kulturach i okresach).

W związku z przyjęciem powyższej zasady prezentacji, w części drugiej zarysowana będzie ogólna problematyka języka, mówienia i komunikacji w językoznawstwie. W części trzeciej, z uwzględnieniem pewnych koncepcji lingwistycznych, zostanie omówiona problematyka komunikacji retorycznej, czyli charakteryzującej się szczególnymi cechami jakościowymi: zaangażowaniem (3.1), nastawieniem na przekonywanie (3.2) i/lub na mówienie lub pisanie „dobre” według przyjętych standardów (3.3).

2. Podstawowe koncepcje lingwistyczne

Za początek lingwistyki jako dyscypliny naukowej uznaje się teorię języka, sformułowaną przez Saussure’a na początku XX wieku i opublikowaną w Kursie językoznawstwa ogólnego (1916). W odróżnieniu od uprzednich badań nad językiem, skoncentrowanych na opisie faktów językowych bez ustalenia, czym jest sam język, Saussure zaczął od sformułowania definicji samego języka, w specyficzny sposób niezależnego od przygodnych, konkretnych realizacji w poszczególnych językach narodowych. Koncepcję Saussure’a charakteryzuje dualizm między langue ‘językiem’ a parole, pojęciem tłumaczonym na polski jako ‘mowa’ lub ‘mówienie’.

„Lecz cóż to jest język? [...] Język [...] jest sam w sobie całością i zasadą klasyfikacji” (Saussure 2002 [1916]: 37), systemem proporcji i opozycji semantycznych. Zdaniem autora, nie można badać istoty langue, nie uciekając się do matematyzacji, która jako jedyna oferuje dostatecznie abstrakcyjne ujęcie tego fenomenu. Zarazem Saussure (2002 [1916]: 36) uznaje społeczny charakter langue: „Jest to równocześnie społeczny wytwór zdolności mowy oraz ogół niezbędnych konwencji, przyjętych przez grupę społeczną, aby jednostki mogły z tej zdolności korzystać”. Dla Saussure’a badanie tego, czym język jest, stanowi definicyjne zadanie lingwistyki, daleko ważniejsze od zgłębiania tego, czym język – rozumiany jako konkretna realizacja – się staje (na przykład

poprzez ewolucję morfemów gramatycznych, zmiany prestiżu poszczególnych dialektów w wyniku polityki językowej danego kraju czy zmiany w użyciu form gramatycznych dla celów pragmatyki językowej, odzwierciedlającej panujące w danym momencie relacje społeczne poprzez zjawisko grzeczności). Historyczność bowiem, zdaniem Saussure'a, jest, paradoksalnie, cechą ważną dla języka, lecz jednocześnie obcą samej jego istocie.

W dualnej koncepcji Saussurowskiej, pojęciem komplementarnym wobec langue jest parole: „Mówienie jest indywidualnym aktem woli i inteligencji, w którym należy wyróżnić: a) kombinacje, za pomocą których mówiący posługuje się kodem językowym w celu wyrażenia własnej myśli; b) mechanizm psychofizyczny pozwalający mu uzewnętrznić te kombinacje” (Saussure 2002 [1916]: 41).

Saussure postulował wyodrębnienie dwóch gałęzi językoznawstwa – lingwistyki langue i lingwistyki parole (zwanej przez niego także lingwistyką dyskursu) – lecz zdążył opracować dogłębnie głównie pierwszą z nich. Podstawowy dlań problem lingwistyki parole, a mianowicie sposób, w jaki elementy zaczerpnięte z systemu langue tworzą między sobą relacje innego typu niż paradygmatyczne, stając się spójną wypowiedzią rozpatrywaną w ramach parole, nie został wystarczająco opracowany teoretycznie.

Koncepcje Saussurowskie, twórczo rozwijane do dzisiaj, dominowały w językoznawstwie do końca lat pięćdziesiątych XX wieku, kiedy to rozpoczął się proces rozpadu względnej jedności lingwistyki na wiele kierunków. Najważniejsze z nich to: teoria gramatyki generatywno-transformacyjnej (Chomsky 1957), pragmatyka językowa (Austin 1993 [1975], Searle 1969, Grice 1975, choć maszynopis jego teorii krążył wśród lingwistów dużo wcześniej), psycholingwistyka (Ervin-Tripp i Slobin 1966), socjolingwistyka (Labov 1966, Gumperz i Hymes 1964), etnolingwistyka (Goffman 1963; 1974), analiza konwersacyjna (prace zebrane w: Sacks 1992), analiza dyskursu (kierunki omówione w: Schiffrin 1994). Od lat siedemdziesiątych zaczęto rozwijać lingwistykę tekstu (van Dijk 1972, Beaugrande i Dressler 1990 [1981]), od lat osiemdziesiątych popularność zyskała teoria kognitywna (np. Lakoff i Johnson 1980), by wymienić tylko najbardziej znane koncepcje.

Adaptując rozróżnienia Saussurowskie, w pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że językoznawstwo poststrukturalistyczne to zasadniczo lingwistyka parole. Zgłębianie istoty języka – podstawowe zadanie lingwistyki langue – zostawiono kontynuatorom strukturalizmu. Nawet jednak przyjmując, że omawiane w językoznawstwie poststrukturalistycznym problemy wpisują się w zakres lingwistyki parole, należy pamiętać, że jest ona rozumiana inaczej niż w oryginalnych rozróżnieniach Saussure’a. Nie zgłębiając systematycznie problematyki langue jako komplementarnej w stosunku do problematyki parole, lingwiści poststrukturalistyczni nie stawiają sobie bowiem pytania o sposób, w jaki langue przekształca się w parole. Badają samą parole, rozumianą jako realizacje językowe, włączając w to rozpatrywanie różnego typu zjawisk heterogenicznych wobec czystej istoty języka; przede wszystkim chodzi o wpływ czynnika ludzkiego w psychologicznych kwestiach rozumienia wypowiedzi oraz w społecznych warunkach używania wypowiedzi. Dla zrozumienia współczesnej problematyki lingwistycznej i na jej tle retoryki – swoistej teorii mówienia autorskiego – istotne jest prześledzenie roli, jaką w poszczególnych teoriach lingwistycznych przypisuje się czynnikowi ludzkiemu.

Dla Saussure’a, właściwym zadaniem językoznawstwa jest uchwycenie istoty języka (langue) jako takiego, co oznacza wykluczenie heterogenicznego wobec niej czynnika ludzkiego. Jednak zjawiska parole nie można opisać, pomijając czynnik ludzki, bowiem zgodnie z przytoczonym wyżej cytatem „[m]ówienie jest indywidualnym aktem woli i inteligencji”, co zakłada mówiącego obdarzonego wolą i inteligencją. Także ewolucji konkretnych realizacji języka (rozumianej tu jako ewolucja języków narodowych) nie można opisać bez uwzględnienia wpływu czynnika ludzkiego. Saussure wyróżnia dwa typy zmian: 1) operacje czysto mechaniczne (np. zmiany fonetyczne wynikające z sąsiedztwa dwóch trudno wymawialnych głosek), zachodzące bez udziału świadomości mówiących, choć dające w efekcie zdumiewającą regularność form; 2) operacje zachodzące na zasadzie myślenia analogicznego, czyli dostrzegania podobieństw, a zatem takie, w których zachodzi zjawisko przekształcenia inteligentnego (np. odmienianie czasowników lub rzeczowników nieregularnych według wzorca, np.

tworzenie form przez dzieci: singularis męka, pluralis męki; singularis ręka, pluralis *ręki). Jakkolwiek użycie języka jest traktowane jako indywidualny akt woli i inteligencji, zachodzi ono w mowie nieomal bezrefleksyjnie, będąc głęboko zinternalizowaną, wręcz zautomatyzowaną umiejętnością mówienia.

Podobnie zinternalizowane są mechanizmy rozumienia wypowiedzi sformułowanych niebezpośrednio, badane przez jeden z trzech głównych nurtów pragmatyki, czyli lingwistyki pragmatycznej. Nurt ten obejmuje mechanizmy inferencyjne, czyli rozumienie poprzez swoiste wnioskowanie (np. z maksym konwersacyjnych) znaczeń przekazanych niebezpośrednio w komunikacji językowej. Przykładowo, słysząc wypowiedź pozornie niespójną z faktami (Marek to osioł), lub jakoby pozbawioną związku z poprzednią wypowiedzią (– Jasio był grzeczny? – No cóż, dom jeszcze stoi), odbiorca – wychodząc z założenia o racjonalności nadawcy – może domniemywać, że miał on jakiś cel, aby mówić w, zdawałoby się, niedorzeczny sposób. Zarówno formułowanie, jak i odczytywanie sensu tego typu wypowiedzi niebezpośrednich odbywa się w sposób przewidywalny; bez konwencjonalizacji nie mogłyby one bowiem służyć komunikacji. Konwencjonalizacja jest jednocześnie tak głęboko zinternalizowana i nieuświadomiana, że dopiero od lat sześćdziesiątych XX wieku zaczęto w ogóle dostrzegać ową pozorną niedorzeczność wypowiedzi komunikujących intencje niebezpośrednio i proponować teorie wyjaśniające, w jaki sposób są one formułowane i odbierane (por. koncepcję maksym konwersacyjnych Grice'a 1975; neopragmatykę, czyli teorię relewancji, Sperbera i Wilson 1986; zob. też Austin 1993 [1975], Searle 1975, Leech 1983, Levinson 1983).

Drugi nurt badań pragmatycznych to analiza performatywności, czyli tworzenia rzeczywistości poprzez wypowiedzenie w odpowiednich okolicznościach i w odpowiedniej formie gramatycznej pewnych słów czy formuł (np. wypowiedzenie w stosownych okolicznościach pełnej formuły zaczynającej się od słów Ja, X, biorę ciebie, Y, za męża... oznacza faktyczne zawarcie związku małżeńskiego; zob. Austin 1993 [1975]).

Trzeci nurt pragmatyki to badanie wykorzystywania w interakcjach społecznych zróżnicowania wypowiedzi. Chodzi w szczególności o podział na wypowiedzi bezpośrednie i niebezpośrednie, użycie honoryfikatywów i formuł grzecznościowych, stosowanie mechanizmów

interakcyjnych (takich jak przyznawanie uczestnikom prawa wyboru tematyki lub zmiany tematyki konwersacji, prawa do zabierania głosu i/lub prawa do wypowiedzi dłuższych niż inni uczestnicy komunikacji itp.) do wzajemnego uznawania statusu społecznego interlokutorów w ramach zjawiska grzeczności (zob. Brown i Gilman 1960, Brown i Levinson 1987). Jest to tematyka rozważana także w ramach retoryki, z wykorzystaniem innego aparatu pojęciowego.

Dla dalszych rozważań o retoryce na tle koncepcji lingwistycznych istotny jest fakt, że wyżej wspomniane pragmatyczne modele inferencyjne uznają czynnik ludzki za niezbędny element analizy autentycznej komunikacji językowej, lecz – podobnie jak wspomniane wyżej koncepcje strukturalistyczne – zajmują się mechanizmami przekształcania znaczeń głęboko zinternalizowanymi, zazwyczaj nieuświadomianymi, bez których komunikacja byłaby niemożliwa (zob. niżej, 3.3).

Rozważanie udziału czynnika ludzkiego w parole to także koncepcja mówiącego i odbiorcy. W lingwistyce przeważa traktowanie nadawcy i odbiorcy jedynie jako abstrakcyjnych ról komunikacyjnych, z pominięciem czynników kontekstowych i społecznych. Idealizacja taka występuje w strukturalistycznych modelach komunikacji (np. model Bühlera 1934: nadawca – przekaz – odbiorca, czy też model Jakobsona 1960, rozszerzającego model Bühlerowski o dodatkowe kategorie, a mianowicie o kod, kontekst i kontakt), w teorii Chomsky'ego 1957 (gdzie występuje tylko wyidealizowany, kompetentny użytkownik języka) czy nawet w modelach inferencyjnych komunikacji, opisujących uniwersalne mechanizmy rozumienia znaczenia zakomunikowanego niebezpośrednio przez nadawcę. Innymi słowy, w modelach tych mamy do czynienia z ukrytym założeniem uniwersalistycznym: jest to idealizacja z pominięciem wszelkich różnic indywidualnych czy społecznych. Dopiero w modelach interakcyjnych (socjolingwistycznych, etnolingwistycznych, dyskursywnych) w sposób systematyczny uwzględnia się różnice: czynnik statusu społecznego mówiących, ich przynależności do różnych grup społecznych, a więc te elementy, które okazują się fundamentalne dla retoryki. Retoryka bowiem stanowi niejako metodyczny sposób dostrzegania i obracania na korzyść autora tekstu wszelkich różnic oraz oczywiście podobieństw (zob. niżej, 3.3).

Podsumowując, według założeń strukturalistycznych właściwym celem językoznawstwa jest opracowanie teorii istoty języka (*langue*). Oprócz tego, w ramach lingwistyki parole, bada się zjawisko autentycznej komunikacji poprzez wszelkiego rodzaju wypowiedzi, bez dokonywania wstępnej selekcji jakościowej tekstów.

3. Podstawowe koncepcje retoryczne na tle koncepcji lingwistycznych

W średniowiecznym trivium nauczanie gramatyki (*ars recte dicendi* ‘sztuka poprawnego mówienia’) stanowiło podwalinę, na której nadbudowana była retoryka (*ars bene dicendi* ‘sztuka dobrego mówienia’) (zob. Korolko 1990, Ziomek 2000 [1990]).

Retoryka przyjmuje za „oczywistą” (i w związku z tym pomija w swoich rozważaniach) tę problematykę, którą zajmuje się lingwistyka: strukturę języka, przekształcanie abstrakcyjnego systemu opcji językowych w konkretny tekst ze zaktualizowanymi wyborami językowymi, rozumienie informacji przekazanych w sposób niebezpośredni i tym podobne. Omawiając zagadnienia, które wykraczają poza językoznawstwo i stanowią przedmiot badań retoryki, można je jednak ujmować, odwołując się do lingwistyki parole (ze względu na obiekt zainteresowań obu dziedzin wiedzy, nie zaś ich metodologię).

W odróżnieniu od wspomnianej wyżej lingwistyki tekstu, która bada wszelkie typy tekstów, retoryka zajmuje się tylko ich wybranymi typami, a mianowicie tekstami perswazyjnymi i/lub „dobrymi”, według przyjętych standardów. Dla lingwistyki tekstu istotne jest to, na czym polega bycie tekstem, więc takie parametry jak spójność logiczna i formalna, informatywność itd. (zob. Beaugrande i Dressler 1990 [1981]). Retoryka natomiast jest „osobową” teorią tekstu: ujmuje tekst jako autorski, komunikujący czyjąś intencję (perswazyjną i/lub „dobrego” przedstawienia zagadnienia), sformułowany z myślą o konkretnym audytorium. Ponadto, retoryka łączy teorię tekstu (układ, treść i forma językowa) z teorią intencjonalnego i skontekstualizowanego działania przez osoby na osoby.

Z uwagi na swoje zainteresowania wypowiedziami, które mają oddziaływać na innych, retoryka nie proponuje teorii języka, lecz teorię dyskursu, czyli tekstu użytego w konkretnej komunikacji. Teorie komunikacji zwykle przyjmują perspektywę nadawcy, czyli autora, który w danym momencie aktywnie kształtuje przekaz. Odbiorca to rola pasywna: wszelkie formy językowej reakcji odbiorcy na to, co mówi nadawca, są bowiem ukonkretnione/obecne językowo (i poddane oglądowi badacza) tylko wtedy, gdy odbiorca stanie się nadawcą.

W lingwistycznych modelach komunikacji odbiorca to osoba, która odbiera i rozumie komunikat, czyli – w zależności od terminologii przyjętej w danej teorii – ma go „odkodować” z kodu językowego (Bühler 1934, Jakobson 1960), „wynioskować” jego znaczenie na podstawie przyjętych reguł (inferencyjne modele komunikacji – np. Grice 1975, Sperber i Wilson 1986), lub w jakiś sposób potwierdzić zrozumienie intencji nadawcy (koncepcja aktu perlokucyjnego u Austina 1993 [1975]).

W retorycznej teorii komunikacji, tego typu rozumienie słów i intencji na poziomie jedno- lub kilkuzdaniowej wypowiedzi jest zaledwie warunkiem wstępnym rozumienia tekstu (o czym świadczy zjawisko analfabetyzmu funkcjonalnego, czyli niemożności pojęcia treści i przesłania tekstu, pomimo umiejętności jego odczytania). Od odbiorcy tekstu oczekuje się kompetencji w uchwyceniu elementów makrostruktury przekazu: zrozumienia problemu, tezy, linii argumentacji i konkluzji. Ponadto, odbiorca ma nie tylko rozumieć, ale i rozumować z nadawcą. Takie podejście jest widoczne na przykład w retorycznej koncepcji argumentacji poprzez entymematy, czyli z wykorzystaniem wiedzy wspólnej uczestników aktu komunikacji. Wiedza ta, stanowiąca podstawę rozumowania, nie musi być eksplicytnie ujęta w słowa, skoro jest podzielana przez obie strony. Oprócz zrozumienia przesłania tekstu, w retoryce (zwłaszcza w retoryce jako perswazji, zob. niżej, 3.2) chodzi także o szczególny typ reakcji na tekst, która świadczyłaby o jego jakości retorycznej, a mianowicie o psychologiczny efekt zmiany przekonań odbiorcy po zapoznaniu się z tekstem, a nawet wręcz podjęcie sugerowanych przezeń działań. Efekt ten nie jest równoznaczny z austinowskim aktem perlokucyjnym: akt perlokucyjny to część pojedynczego aktu językowego (obok aktu lokucyjnego i illokucyjnego), podczas gdy przekonywanie nie jest odrębnym aktem językowym (jak np.

zapraszanie, gratulowanie), lecz rozbudowanym ciągiem różnorodnych aktów językowych (zob. Lo Cascio 1991). Dla wpłynięcia na reakcję odbiorcy, nadawca do pewnego stopnia kontroluje psychologię odbioru tekstu poprzez umiejętne ułożenie kolejności podawanych informacji, która ma subtelnie zmieniać nastawienia odbiorcy w miarę słuchania lub czytania.

W stosunku do lingwistyki, zajmującej się językiem (*langue* i *parole*), wszelkiego typu tekstami i szeroko pojętą komunikacją, retoryka skupia się na tematyce zbliżonej do lingwistyki *parole*, z jednej strony zawężonej w stosunku do niej pod względem typów tekstów (koncentruje się bowiem jedynie na wybranych typach tekstu), z drugiej strony – rozszerzonej wobec niej pod względem ilości heterogenicznych czynników branych pod uwagę. Na naturalną komunikację retoryka nakłada dodatkowe unormowania jakościowe ze względu na szczególne intencje tekstu. Te naddane parametry jakościowe ewoluowały w trakcie rozwoju retoryki, częściowo nakładając się na siebie. Stąd można wyróżnić trzy fazy tej szczególnej teorii komunikacji: 1) retoryka jako mówienie zaangażowane; 2) retoryka jako perswazja; 3) retoryka jako „dobre” mówienie i pisanie.

3.1. Retoryka jako mówienie zaangażowane

Retoryka, jak sama jej nazwa wskazuje (z gr. *ero* ‘mówić’, ‘wygłaszać mowy’), pierwotnie była związana z ustnym środkiem przekazu. W odróżnieniu od innych uprzywilejowanych kulturowo form przekazu ustnego w starożytnej Grecji (opowieści, mity, zagadki itp.), retoryka pierwotnie dotyczyła publicznych, oficjalnych form wypowiedzi ustnej w niektórych kontekstach komunikacji społecznej (polityka, sądownictwo, sytuacje celebracji publicznej). Obejmowała zatem tylko wybrane publiczne gatunki wypowiedzi mówionej, w tradycji łacińskiej określane jako *oratio* ‘przemówienie’ lub *contentio* ‘spór’, ‘kwestia sporna’, natomiast gatunki wypowiedzi prywatnej (ogólnie ujmowane łacińskim terminem *sermo*) były z niej wyłączone.

Odtworzone przez Douay-Soublin (2001: 928) pole semantyczne starogreckich czasowników mówienia pozwala na rekonstrukcję specyfiki komunikacji retorycznej na tle innych ówczynie przyjętych form wypowiedzi. Na sześć poświadczonych czasowników, tylko cztery

pierwsze spośród poniżej wymienionych, wywodzące się z form czasu teraźniejszego, występują we współczesnym greckim. Pierwszym jest *phèmi* ‘powiedzieć’, ‘przyznać’ (por. fonetyka, fonologia, fonem, eufemizm), wywodzący się z rdzenia indoeuropejskiego *BHA ‘odsłaniać’, ‘objawiać’, stanowiącego także źródłosłów łacińskiego *fari*. *Fari* ustąpiło późniejszemu *dicere* ‘mówić’ (por. hiszp. *decir* ‘mówić’, fr. *dire* ‘mówić’, wł. *dire* ‘mówić’), wywodzącemu się z *DEIK ‘pokazywać’ (por. także deiktyczność), rdzenia obecnego również w greckiej nazwie jednego z trzech rodzajów tekstów retorycznych, a mianowicie rodzaju epideiktycznego (z gr. *épideïknumi* ‘pokazywać’, ‘wykazywać’). Trzecim czasownikiem jest *lego* ‘mówić’, od którego pochodzą rzeczowniki *logos* ‘słowo’, ‘dyskurs’ oraz *lexis* ‘wyrażenie’ (por. leksyka), wywodzące się z *LEG/LOG, które ma różne odcienie znaczeniowe, takie jak ‘wyliczać’, ‘kalkulować’, ‘rozumować’, ‘dobierać’, ‘dyskutować’ (stąd łacińskie *loqui* ‘mówić’, z którego wywodzą się *kolokwium*, *solilokwium*, *elokwencja*). Czwarty czasownik to *agoreuo* ‘przemawiać publicznie’, pochodny od *agora* ‘miejsce publiczne’, ‘sprawy załatwiane w miejscu publicznym’, którego źródłosłowem jest *GER/GOR ‘zbierać się’, ‘gromadzić się’.

Od form czasu przeszłego pochodzą dwa czasowniki, nieobecne już w nowogreckim. Formom tym czasu teraźniejszego odpowiadała bowiem w aoryście strony czynnej forma czasownika *eïpon* ‘mówię’, wywodzącego się z *WEK^w ‘czynić słyszalnym’, ‘czynić zrozumiałym’ i stanowiącego także źródłosłów terminu greckiego epos ‘śpiew epiczny’, ‘epopeja’ oraz łacińskiego *vox* ‘głos’. Od rdzenia *WER ‘zobowiązać się’, ‘dać słowo’ (por. łacińskie *verbum* ‘słowo’, ‘wyraz’) pochodzi forma czasu przyszłego *eïro* ‘powiem’ oraz perfekt strony czynnej *eïreka* ‘powiedziałem’, jak również aoryst bierny *errhètè* ‘mówi się’.

Właśnie z rdzenia *WER wywodzi się, poprzez wspomniany tu czasownik *eïro*, także słowo *rhètor*, czyli mówca zaangażowany i odpowiedzialny za swoje słowo w każdych okolicznościach: gdy wygłasza przemowę (*logos*) w miejscu zgromadzeń publicznych (*agora*), na przykład w trakcie wywodów epideiktycznych, i to nawet posługując się eufemizmem. Jak podkreśla Douay-Soublin, już u Homera słowo *rhètêr* oznaczało ideał wychowawczy (te *rhètêr* te *prèktêr* ‘człowiek słowa i czynu’), wedle którego wychowywano Achillesa. Specyficzną, definicyjną funkcją retora było zatem mówienie zaangażowane

i odpowiedzialne, czyli realizujące ideał etyczny komunikacji. Te parametry jakościowe wypowiedzi ustnej – zaangażowanie i odpowiedzialność – to naddany ideał relacji społecznych w komunikacji, wypracowany w kulturze starożytnej Grecji.

Narzędzie lingwistyczne, jakim jest analiza etymologii i pola semantycznego starogreckich czasowników mówienia, umożliwia odtworzenie relacji znaczeniowych na podstawie zachowanych świadectw językowych i uchwycenie tego specyficznego typu mówienia na tle innych form komunikacji. Jednak sama ówczesna praktyka komunikacyjna może być odtwarzana tylko w szczątkowej formie: dopiero opracowania teoretyczne pozwalają na prześledzenie technicyzacji pojęcia ‘retoryka’, czyli nadanie mu eksplicytnego i uzasadnionego teoretycznymi względami znaczenia.

3.2. Retoryka jako perswazja

W toku rozwoju i opracowywania teoretycznego pojęcia ‘retoryka’, cechy mówiącego (zaangażowany i odpowiedzialny) zeszły na dalszy plan, natomiast skoncentrowano się na cechach potencjalnego komunikatu („to, co może być przekonujące”, zob. niżej) oraz na charakterystyce zamierzonej interakcji między nadawcą a odbiorcami (relacja wpływu poprzez perswazję – w odróżnieniu od innych form interakcji, na przykład zabawiania opowieściami, oczarowywania uwodzeniem).

Arystoteles podkreśla specyficzny status retoryki i dialektyki: „żadna z nich nie jest bowiem nauką zajmującą się jakimś określonym przedmiotem i jego właściwościami, obie są natomiast pewnymi umiejętnościami dostarczania argumentacji logicznej” (Retoryka 1356a 30). Arystoteles określa istotę retoryki jako swoisty rodzaj wytrenowanej metodycznie inteligencji, wręcz jako coś w rodzaju współcześnie lansowanego tzw. treningu twórczości (w tym wypadku – w zakresie znajdowania potencjału perswazji): według niego bowiem, zadaniem retoryki „nie jest przekonywanie, lecz dostrzeganie tego, co odnośnie do każdego przedmiotu może być przekonujące” (Retoryka 1355b 9–10), a „retoryka jest to umiejętność metodycznego odkrywania tego, co w odniesieniu do każdego przedmiotu może być przekonujące” (Retoryka 1355b 25). Zdaniem Arystotelesa, „właściwa sztuka retoryki

dotyczy sposobów uwierzytelniania, które z kolei są rodzajem dowodzenia, ponieważ wtedy jesteśmy najbardziej o czymś przekonani, kiedy wierzymy, że jest to udowodnione” (Retoryka 1355a 5).

W powyższych określeniach istoty retoryki Arystoteles konsekwentnie definiuje ją nie w kategoriach jej aktualizacji w tekście perswazyjnym wygłoszonym przed audytorium, lecz w kategoriach intelektualnej umiejętności dostrzegania i oceniania potencjału perswazji. Ów potencjał dotyczyłby możliwej przyszłej komunikacji (a nie jakiegokolwiek już zaktualizowanej w tekście). Potencjał ten jest związany w osobliwy sposób z metafizyczną kwestią wiary (por. cytowane wyżej „sposoby uwierzytelniania”), i to, paradoksalnie, wiary w udowodnienie („wtedy jesteśmy najbardziej o czymś przekonani, kiedy wierzymy, że jest to udowodnione”). Nawiasem mówiąc, idee starożytnych na temat tego, co może być przekonujące (a zatem, co wchodziłoby w zakres tak zdefiniowanej retoryki), oraz tego, co faktycznie przekonuje, są obecnie przynajmniej częściowo rewidowane z punktu widzenia współczesnej psychologii (por. Cialdini 1994).

Pomimo deklaracji, że zadaniem retoryki „nie jest przekonywanie”, sam Arystoteles w dalszej części swego dzieła opisał sposoby przekonywania w tekście. Nawet bowiem jeśli istota retoryki byłaby niezależna od konkretnych realizacji w tekście, to działanie retoryki musi być związane z tekstem: tylko przez konkretyzację w tekście potencjał perswazji może zostać ukonkretniony i przekazany odbiorcy. Co więcej, dopiero w tekście zakomunikowanym odbiorcom widać, czy to, co miało być przekonujące, na taką kwalifikację zasługiwało. Abstrakcyjne pojęcie „tego, co może być przekonujące” (czyli, praktycznie rzecz biorąc, etap *inventio*) uzyskuje bowiem potwierdzenie swej mocy perswazyjnej dopiero *ex post*, w odbiorze tekstu przez audytorium. Należy podkreślić, że istotna jest jakość aktualizacji dyskursywnej (*dispositio* i *elocutio*): wręcz identyczne pomysły argumentów są lub nie są przekonujące w zależności od tego, kiedy i jak zostaną użyte w konkretnej komunikacji. Z charakterystyki treści potencjalnego komunikatu („to, co może być przekonujące”) ośrodek zainteresowania w teorii retorycznej przesuwają zatem na cechy aktu komunikacji, w którym ów potencjał perswazji jest realizowany.

Należy zauważyć, że już wcześniej obok koncepcji Arystotelesa, według której zadaniem retoryki „nie jest przekonywanie, lecz dostrzeganie tego,

co odnośnie do każdego przedmiotu może być przekonywające”, współistniała koncepcja platońska, w której odmiennie określano retorykę. W swojej wcześniejszej niż arystotelesowska definicji retoryki, Platon (Gorgiasz 453a) utożsamia bowiem retorykę z perswazją: „wymowa to wytwarzanie przekonań”. To właśnie podejście do retoryki zaczęło przeważać: coraz częściej kojarzono ją ze sztuką przekonywania, i to przekonywania w tekście, skoro jedynie w nim potencjał perswazji może się urzeczywistnić w formie zrozumiałej dla przekonywanych.

Teoria perswazji coraz ściślej łączy się zatem z teorią tekstu, w którym perswazja może być aktualizowana. Retoryka stała się teorią tworzenia tekstu o szczególnych cechach jakościowych. Tekst taki miał być podporządkowany realizacji celu perswazyjnego i dogłębnie przemyślany (odmiennie od spontaniczności codziennej komunikacji badanej przez lingwistykę). W odróżnieniu od tekstów naturalnie powstających, teksty retoryczne były „sztuczne”: ich powstaniu przyświecały zasady sztuki retoryki, które należało umiejętnie ukryć (jak mówiła maksyma *ars est artem celare* ‘sztuką jest ukryć sztukę’), stwarzając wrażenie naturalności. Teksty retoryczne miały być ściśle kontrolowane, a metodyczna, racjonalna *techne* (‘sztuka’, ‘technika’) obiecywała zwyciężyć niekontrolowaną *tyche* (‘przypadek’, ‘fortunę’). Retoryka jednak co najwyżej maksymalnie zwiększa możliwość perswazji poprzez tekst; faktyczne przekonanie odbiorcy w konkretnej sytuacji zależy także od czynników nieprzewidywalnych, których nie może ująć żadna teoria. Retoryka pozostaje zatem sztuką przekonywania, a nie przekonania.

Ów wysoki stopień refleksyjności i metaświadomości dyskursywnej dotyczył początkowo tylko wybranych typów tekstu (sądowniczych, politycznych oraz dotyczących celebracji publicznej), zaklasyfikowanych jako teksty perswazyjne. Późniejsze teorie tekstu (klasyfikowanie tekstów na narracyjne, opisowe, informacyjne, argumentacyjne, regulatywne, ew. inne) łączyły retorykę jako sztukę perswazji głównie z tekstami argumentacyjnymi. Jednak klasyfikacja owa okazała się bardzo przybliżona i umowna: cechy, które posłużyły do kategoryzowania tekstów, zostały wybrane dość arbitralnie, podczas gdy większość tekstów stanowi mieszanekę różnych elementów (opisowych, narracyjnych, argumentacyjnych itp.). Zmieniło się także spojrzenie na zasięg stosowania perswazji: przykładowo, podczas gdy w przeszłości uważano

teksty naukowe za wzór obiektywizmu i przykładowy model a-retoryczności, współczesna wrażliwość badawcza włącza je w zakres badań retorycznych, dostrzegając w nich liczne subtelne sposoby przekonywania czytelników o słuszności przedstawianych rozumowań. Oznacza to ewolucję sposobu interpretacji tych tekstów, a jednocześnie rozszerzanie typologii tekstów uznawanych za perswazyjne. Nie można jej jednak rozszerzać w nieskończoność, jak sugerowałoby powiedzenie przytoczone na wstępie. Perswazja jest bowiem stosowana w sytuacji faktycznego lub przynajmniej potencjalnego konfliktu interesów, postaw, opinii, a nie wszystkie sytuacje komunikacji spełniają to kryterium.

3.3. Retoryka jako teoria „dobrego” mówienia i pisania

Retoryka ujmowana jako sztuka perswazji to część retoryki jako teorii „dobrego” mówienia i pisania. Tekst dobry perswazyjnie to także tekst po prostu dobry (według standardów danej kultury i czasu); jednak nie każdy tekst dobry to tekst perswazyjny. Koncepcję retoryki jako normatywnej teorii „dobrego” mówienia i pisania należy odróżnić od badania spontanicznych typizacji tekstu, jakie zachodzą w autentycznej komunikacji i są badane na poziomie deskryptywnym.

Takim opisem zazwyczaj nieuświadomianych, lecz silnie działających przekonań kulturowych na temat „dobrych” sposobów mówienia i pisania zajmuje się w szczególności retoryka kontrastywna (Kaplan 1966, Hinds 1983, Duszak 1997). Jest to kierunek lingwistyki stosowanej, w którym bada się różnojęzyczne zasady tworzenia „dobrego” tekstu. Przymiotnik „kontrastywna” odnosi się do praktyki systematycznego porównywania tekstów napisanych w różnych językach i, jak się okazuje, stanowiących przejawy odmiennych przekonań na temat „dobrego” mówienia i pisania oraz „właściwych” sposobów perswazji, jakie wytworzyły się w różnych kulturach. Obiektem badania są teksty napisane w językach ojczystych przez ich użytkowników oraz teksty stworzone przez nich w innych językach. Teksty innojęzyczne są ukształtowane zgodnie z oczekiwaniami, jakie autorzy znają z tradycji panującej w ich rodzimym kręgu językowo-kulturowym. Zgodnie z zasadą, że lingwistyka interesuje się wszelkimi typami tekstów bez jakichkolwiek naddanych ograniczeń dotyczących ich jakości czy treści, stanowiąca jej część retoryka kontrastywna bada

specyfikę praktyk językowo-retorycznych (np. dystrybucję słów, preferencje składniowe, tendencje wyborów w zakresie kompozycji tekstu i sposobu przedstawiania treści) w różnych typach tekstów (naukowych, dydaktycznych, handlowych, w komunikacji codziennej). W ten sposób wykrywane są regularności (nie reguły), związane z ukształtowanymi kulturowo oczekiwaniami w stosunku do „dobrej” formy i treści tekstu.

Cudzysłów w przymiotniku ‘dobry’ oznacza relatywność norm. Na przykład według retoryki anglojęzycznej, tekst „dobry” jest linearny, bez jakichkolwiek dygresji, podczas gdy według retoryki niemieckojęzycznej dygresje są pożądaną formą ukazywania erudycji autora, zwłaszcza w pracach naukowych. W kulturze amerykańskiej ceni się oryginalność i krytycyzm myślenia, co przejawia się na przykład w preferencji używania cytatów w celu krytyki; tymczasem w tradycyjnej kulturze chińskiej, w której szacunek dla myśli przodków jest szczególną wartością, cytaty są stosowane raczej dla potwierdzenia i rozwinięcia już sformułowanych idei. Przeniesienie tych jakoby oczywistych i uzasadnionych w danym kręgu językowo-kulturowym norm „dobrego” mówienia czy pisania do stworzenia tekstu w innym języku nierzadko oznacza, że tekst taki jest odbierany w obcym sobie kręgu językowo-kulturowym jako źle napisany, nie odpowiada bowiem oczekiwaniom rodzimych użytkowników innego języka.

Owe normy retoryczne (podobnie jak np. normy grzeczności), wytworzone w danym kręgu językowo-kulturowym, są internalizowane podczas socjalizacji jednostki w trakcie nabywania języka ojczystego. Jeśli chodzi o teksty pisane, oczekiwania etnoretoryczne są częściowo uwewnętrzniane poprzez lekturę w sposób nieuświadomiony, częściowo natomiast eksplicytnie nauczane podczas edukacji szkolnej oraz podczas socjalizacji w grupie zawodowej (np. poprzez naśladowanie istniejących już tekstów używanych w komunikacji zawodowej: artykułów itp. w przypadku naukowców, sprawozdań itp. w przypadku pracowników biur). Jedynie konsensus użytkowników danego kręgu językowo-kulturowego, którzy kwalifikują dany tekst jako „dobry” – bo zgodny z ich dotychczasowymi praktykami – stanowi źródło tak pojętej normy „dobrego”, standardowego tekstu. Innymi słowy, w danym kręgu językowo-kulturowym wszyscy nadawcy wiedzą, że tak się mówi czy tak się pisze. Paradoksalnie zatem, owo pojęcie „normy” i „normalności”

tekstu jest uwarunkowane kulturowo. To samo dotyczy „normalności” różnych aktów językowych czy nawet gatunków mowy: jak pokazują badania Wierzbickiej (2004 [1973]), ustalanie podstawy porównania praktyk komunikacyjnych w różnych kulturach poprzez proste sprowadzenie ich do jakoby wspólnych kategorii opisu za pomocą dopasowania terminów nazywających te akty czy gatunki mowy wypacza subtelności ich realizacji w danej kulturze na rzecz nieuzasadnionego uniwersalizmu.

Oprócz retoryki kontrastywnej (jak wspomniano, części językoznawstwa stosowanego), także właściwa retoryka – ściślej, retoryka opisowa – zajmuje się owymi zwykle nieświadomianymi praktykami retorycznymi w odniesieniu do tekstów, które dotychczas nie były przedmiotem refleksji retorycznej i w związku z tym nie mogły zostać ukształtowane inaczej niż poprzez praktykę społeczną danej grupy (np. wspomniane wyżej badania nad praktykami retorycznymi w tekstach naukowych). Jednak retoryka opisowa, po pierwsze, nie stawia sobie za cel porównywania praktyk retorycznych w różnych językach, a po drugie, operuje na innym poziomie ogólności niż retoryka kontrastywna, która dokonuje także szczegółowej analizy wykładników językowych.

To podejście porównawcze jest nieobecne także w retoryce teoretycznej, w wersji wywodzącej się z uniwersalistycznej koncepcji arystotelesowskiej. Z uwagi na swą pozycję kulturową, starożytna Grecja mogła się uważać za źródło ogólnych norm kulturowych i formułować je jako uniwersalne. Jednak i w innych kulturach (np. arabskiej czy chińskiej) wyżej opisane praktyki komunikacyjne bywały obiektem refleksji i systematyzacji w ramach odmiennych teorii „dobrego” mówienia. Podobnie jak tradycja grecko-łacińska, owe systemy konceptualne traktowały swoje rozróżnienia jako „dobre” bez cudzysłowu, czyli niezrelatywizowane do innych tradycji: każdy krąg kulturowo-językowy odwołuje się do cenionych przez siebie wartości jako w „oczywisty” sposób naturalnych, a przez to uniwersalnych. Uwzględnienie tej problematyki może wpłynąć na traktowanie samej retoryki jako teorii tworzenia „dobrych” tekstów. Skoro bowiem retoryka, jak ją rozumiemy w Europie, jest wytworem kultury grecko-łacińskiej (to przemieszanie kultur i języków byłoby samo w sobie interesujące do zbadania w ramach retoryki kontrastywnej), przypuszczalnie

odzwierciedla realia i wartości obecne w tej kulturze (np. indywidualizm, obecny w koncepcji ethosu retorycznego). Wynikałoby z tego, że retoryka nie jest teorią tak uniwersalną, jak przyzwyczailiśmy się myśleć. Badania nad stosowalnością tradycyjnych pojęć retoryki grecko-łacińskiej do opisu innych tradycji dobrego mówienia i pisania wskazywałyby na użyteczność stworzenia ogólnej teorii tradycji „dobrego” mówienia i pisania, w której retoryka grecko-łacińska byłaby jedną z kilku wpływowych tradycji. Wprawdzie podkreśla się, że nauka nie ma narodowości, lecz – jak uznawał już cytowany wyżej Arystoteles – retoryka „nie jest [...] nauką”. Zresztą nawet nauka jest zanurzona w swej historyczności i uwarunkowaniach kulturowych: tak więc, podobnie jak różne tradycje medycyny, także różne tradycje „dobrego” mówienia i pisania są tylko uogólnieniem i usankcjonowaniem pewnych praktyk w określonej kulturze. Zbadanie tych praktyk oraz ujęcie niektórych z nich w eksplicytne koncepcje „dobrego” mówienia i pisania w różnych kulturach pozwoliłoby zarówno badaczom, jak i użytkownikom różnych języków na opisywanie i/lub tworzenie tekstów z pogłębioną świadomością istniejących opcji i konsekwencji ich wyboru w danym kręgu językowo-kulturowym (co czynią już teraz specjaliści od międzykulturowych negocjacji handlowych).

W retoryce jako teorii „dobrego” tekstu, obok powyższego poziomu opisowego wyróżnia się także poziom normatywny. W tym wypadku tekst „dobry” nie znaczy standardowy, lecz raczej „lepszy niż standardowy”, co więcej, stworzony w sposób w dużej mierze skodyfikowany. Na poziomie opisowym, termin ‘kultura’ odnosi się do ogółu praktyk danego społeczeństwa; na poziomie normatywnym, ‘kultura’ to wyselekcjonowana część ogółu praktyk, a mianowicie te, które elity społeczne uznają za szczególnie cenne i godne kultuwowania, którym naddają dodatkowe uregulowania i specyficzne znaczenia. Różnicę unaocznic może choćby praktyka zwyczajnego picia herbaty (z ogólnie przyjętymi w danej kulturze zasadami, określającymi przykładowo, czy wolno siorbać lub mieszać cukier, dzwoniąc łyżeczką o ścianki naczynia) oraz wykraczająca poza zwykłe zasady ceremonia picia herbaty w kulturze japońskiej, z naddanymi regułami zachowania zrozumiałymi tylko dla wtajemniczonych.

W przypadku praktyk komunikacyjnych, odpowiednikiem owej „nadzwyczajności” odniesionej do mówienia i pisania w stosunku do spontanicznej, naturalnej komunikacji są specjalne unormowania dotyczące tych form komunikacji, które w toku rozwoju retoryki poddano szczegółowej refleksji. Rozważaniom, systematyzacjom i poradom retorycznym przyświeca idea optymalizacji wybranych typów tekstu w stosunku do zwykłych praktyk komunikacyjnych, w których powodzenie zamysłu nadawcy jest niepewne z powodu braku przemyślenia strategii i braku metody tworzenia tekstu.

Właśnie opracowanie sposobu tworzenia skutecznych z punktu widzenia realizacji intencji autora tekstów to najbardziej ogólny cel retoryki. W retoryce, stanowiącej część kultury elit, dokonuje się selekcji pewnych praktyk komunikacyjnych uznanych za szczególnie istotne w danym kręgu kulturowym. W retoryce europejskiej były to najpierw teksty o charakterze perswazyjnym w komunikacji publicznej (początkowo tylko trzy: sądownicze, polityczne i celebracyjne), potem powoli zbiór praktyk komunikacyjnych objętych refleksją retoryczną i naddanymi unormowaniami w stosunku do komunikacji spontanicznej rozszerzał się o nieperswazyjne (lub przynajmniej – niekoniecznie perswazyjne) gatunki tekstów. Przykładowo, w retoryce średniowiecznej zajmowano się ars dictaminis, czyli sztuką pisania listów (zob. Murphy 1974), w renesansie natomiast opracowano retorykę rozmowy (zob. Schmölders 1986). W ten sposób następowało uogólnianie zakresu zainteresowań retoryki: obiektem zaleceń retorycznych była już nie tylko skuteczność perswazji, lecz także skuteczność osiągania innych celów (np. zbudowania wizerunku autora jako interesującego rozmówcy czy korespondenta lub jako zręcznego krasomówcy). Ówczesne zalecenia retoryki jako sztuki „dobrego” mówienia i pisania związane były z kulturą wysoką, w której wykształceni uczestnicy komunikacji, zdolni nawzajem oceniać i doceniać jakość swoich wypowiedzi, wyróżniających się na tle zwyczajnej komunikacji, starają się tworzyć teksty świadczące o ich kulturze osobistej, znajomości kultury języka, świadomości gatunkowej – wszystko w celu wywarcia odpowiedniego wrażenia na odbiorcy. Ów element przyciągania uwagi i kształtowania pozytywnej oceny u odbiorcy jest szczególnie istotny we współczesnych poradach dotyczących „dobrego” mówienia i pisania, wśród których podkreśla się zwłaszcza kategorię atrakcyjności tekstu

(życiorysu, prezentacji produktu itd.) dla jego skuteczności w warunkach ogromnej konkurencji innych tekstów. Zmiany typów tekstów poddanych szczególnym unormowaniom w ramach sztuki „dobrego” mówienia i pisania (np. obecnie poradniki dotyczące „dobrego” prowadzenia rozmowy powstają w dziedzinie psychologii, a nie retoryki), jak również typ udzielanych rad świadczą o zmianach zachodzących w kulturze i w samej retoryce oraz o wspomnianym już zrelatywizowaniu pojęcia „dobry”.

Podsumowując, retoryka jako sztuka „dobrego” mówienia i pisania oznacza nakładanie dodatkowych uregulowań na wybrane praktyki komunikacji. Owe uregulowania mają zapewnić większą skuteczność tekstu, czyli w zamierzeniu oznaczają wspomniane już zwycięstwo techné (tj. ‘sztuki’, ‘techniki’) nad tyche (czyli ‘przypadkiem’, ‘szczęściem’). W tym ujęciu, „dobre” mówienie czy pisanie nie oznacza tworzenia tekstu zgodnego z ogólnymi normami komunikacji zinternalizowanymi w trakcie socjalizacji jednostki, lecz odnosi się do eksplicytnie wyartykułowanych, naddanych przez teoretyków zasad komunikacji, realizowanych w danej kulturze, w danym okresie historycznym i w odniesieniu do określonych typów tekstów.

Retoryka jako teoria „dobrego” mówienia i pisania proponuje teorię racjonalnego (według racjonalności uznawanej w danej kulturze) tworzenia tekstów. Racjonalne miałyby być tworzenie tekstów w sposób przemyślany, metodyczny, z uwzględnieniem sytuacji, uczestników komunikacji i tematyki, a przez to maksymalizujący szanse wywarcia na odbiorcy pożądanego wrażenia. Pojęcie racjonalności stosowane w retoryce różni się zatem od znaczenia, przypisywanego mu w wyżej omówionych inferencyjnych modelach komunikacji. W pragmatyce na przykład, a zwłaszcza w teorii Grice’a, „racjonalny” nie kojarzy się z etapem refleksji nad przedstawieniem wypowiedzi, lecz z ogólnym założeniem racjonalności, czyli celowości mówienia. Innymi słowy, cokolwiek mówi nadawca, jako istota racjonalna ma w tym swój cel. Założenie to pozwala na automatyczne, bezrefleksyjne interpretowanie jego wypowiedzi niebezpośrednich według pewnych schematów przetwarzania informacji.

Retoryka jako „dobre” mówienie i pisanie oferuje systematyczną teorię tworzenia tekstu, dzięki której nadawca może sobie uświadomić istniejące

opcje ujęcia treści i konsekwencje ich wyboru, a przez to w najbardziej sprawny sposób stworzyć skuteczny tekst. Owe naddane reguły tworzenia „dobrego” tekstu wykraczają poza zakres zainteresowania językoznawstwa, które nie zajmuje się doradzaniem, jak użytkownicy języka mają realizować swoje intencje komunikacyjne w uzasadniony prakseologicznie sposób.

4. Podsumowanie

Przedstawiona powyżej charakterystyka retoryki jako teorii komunikacji szczególnego typu na tle lingwistyki jako ogólnej teorii języka, mowy i komunikacji pozwala na ustosunkowanie się do przytoczonego we wstępie popularnego powiedzenia, że „wszystko jest retoryką”. Otóż nie wszystko. Retoryka stanowi teorię komunikacji lepszej, skuteczniejszej, atrakcyjniejszej niż zwykłe mówienie czy pisanie, którymi zajmuje się językoznawstwo. Owe szczególne parametry komunikacji retorycznej były różnie rozumiane w historii. Etymologia wskazuje na ważność wewnętrznego nastawienia nadawcy, czyli na jego zaangażowanie i odpowiedzialność za wypowiedziane słowo. Podstawy teoretyczne retoryki skupiają się na zjawisku perswazji, czyli na szczególnej relacji wpływu przez nadawcę na odbiorcę, a celem retoryki staje się spotęgowanie i kontrolowanie tego wpływu. Dalszy rozwój retoryki łączy się z ogólną teorią skutecznego komunikowania według przyjętych kulturowo standardów, a przez to osiągnięcia zamierzonego wpływu (niekoniecznie perswazyjnego w technicznym sensie tego terminu) na odbiorcę. Te naddane cechy jakościowe komunikacji retorycznej i specyficzna interpretacja tekstów na podstawie przyjętych założeń kulturowych, aksjologicznych, prakseologicznych, etycznych wychodzą poza zainteresowania lingwistyki. Jednak pewne koncepcje lingwistyczne umożliwiają lepszy wgląd w retorykę i usytuowanie jej wobec językoznawstwa, a przez to przybliżają do możliwości badań prawdziwie interdyscyplinarnych. Pojęcie lingwistyki parole pozwala uchwycić częściową zbieżność między zainteresowaniami retoryki a tymi kierunkami językoznawstwa (np. analizą dyskursu, etnolingwistyką, socjolingwistyką), które podobnie jak retoryka odwołują się do pojęcia

tekstu (faktycznego lub potencjalnego) w autentycznej komunikacji. Pragmatyka językowa, w szczególności odwołanie się do inferencyjnych modeli komunikacji, pozwala na zrozumienie, od jakiego poziomu złożoności wypowiedzi zaczyna się podejście retoryczne. Daje także możliwość uchwycenia różnic w stosowaniu w retoryce i w lingwistyce takich pojęć jak ‘racjonalność’ oraz (w kontekście teorii aktów językowych) ‘perswazja’. Lingwistyka stosowana, ściślej – jej nurt zwany retoryką kontrastywną – nie tylko pozwala na odkrycie wielu niedostrzeganych dotąd w retoryce zasad organizacji „dobrego” tekstu, ale nawet otwiera pole do pogłębionych badań nad tradycjami „dobrego” mówienia i pisania w odmiennych kręgach językowo-kulturowych. Czy w badaniach tych chodziłoby o różne realizacje uniwersalnego pojęcia ‘retoryka’? A może o zbadanie różnych retoryk? Czy może jednak należałoby uznać, że pojęcie ‘retoryka’, przepojone wartościami kultury, z której się wywodzi, odnosi się tylko do koncepcji, której podwaliny położył Arystoteles? Te i inne zagadnienia, zarysowujące się dzięki spojrzeniu na retorykę przez pryzmat porównania z pokrewną dziedziną, skłaniają do zrewidowania wielu zastanych poglądów i pozwalają na uzyskanie tego, co najcenniejsze w nauce: okazji do kultywowania szlachetnej sztuki ciekawości poprzez stawianie sobie wciąż nowych pytań.

Beata Mytych-Forajter

Retoryka a literaturoznawstwo

Zwrot retoryczny

Zacząć należy gdzieś, gdzie
jesteśmy, [...]

Gdzieś, gdzie jesteśmy: w tekście,
w którym uważamy, że jesteśmy.

(Derrida 1999: 221)

Najlepszym punktem wyjścia do namysłu nad relacją retoryka – literaturoznawstwo wydaje się chwila obecna, czyli „teraz” tego związku. Zapoznana nieco i wyrzucona z programów nauczania[30], ars benedicendi powróciła nie tyle do szkół, choć w programie studiów uniwersyteckich ponownie się zadomawia, ile do myślenia o języku i rzeczywistości. Można rzec nawet, iż retoryka przeżywa ponowny renesans, do czego literaturoznawstwo przyczyniło się w niemałym stopniu. Niech świadectwem tego „retorycznego zwrotu” będzie głos autora książki o Friedrichu Nietzsche, który to, szukając tytułu dla swojej pracy, zdiagnozował wyraźną panretoryczność naszych czasów:

tytuł niniejszej książki mógłby brzmieć Nietzsche: retoryka interpretacji, gdyby nie prawdziwa epidemia tytułów o podobnym brzmieniu. Dziś wszystko może zostać podporządkowane retoryce.
(Markowski 1997b: 10)

Pobrzmiwa w tym fragmencie jakiś rodzaj zniecierpliwienia zużyciem samego słowa nazywającego sztukę wymowy, ale przytoczona fraza świadczy też o randze zaobserwowanego zjawiska.

Michał Rusinek, autor publikacji *Między retoryką a retorycznością*, podkreśla silny związek ponowoczesności oraz formacji poststrukturalnej

z konsekwencjami uświadomionej niemocy poznawczej oraz koniecznością obcowania z „chimerami” podającymi się za prawdę (Rusinek 2003: 7–15). Diagnostuje także zasadniczy zwrot terminologiczny w obrębie literaturoznawstwa: o ile systemowy strukturalizm posługiwał się przede wszystkim nomenklaturą gramatyczną, o tyle autorzy poststrukturalni czerpią inspiracje i nazewnictwo z retoryki. Można by nawet założyć, iż klasyczny już tytuł tekstu Romana Jakobsona Poetyka w świetle językoznawstwa (Jakobson 1989b: 77–124) dzisiaj zostałyby przeczytany najpierw jako metafora łącząca klarownością widzenia, jasnością i oczywistością wyciąganych wniosków. Wszak lingwistyka zdaje się opromieniać nauką mocą i scjentyistycznym obiektywizmem poetykę, tym samym ją nobilitując. Analiza tego typu prowadzi jednak niechybnie dalej, w stronę uwikłania tytułowej metafory w założoną opozycję światła i ciemności, silnie obciążoną wartościowaniem. Tym samym tytuł zdaje się sugerować więcej niż tylko opalizowanie znaczeń. Ponadto jest raczej efektem inwencji tłumaczącej tekst Krystyny Pomorskiej niż skutkiem wierności wobec jego oryginalnego kształtu. Jakobson zatytułował swój artykuł znacznie wyraziściej, to *Linguistics and Poetics* (Jakobson 1960: 431–473), opozycja, w której kolejność członów jest wyrazem hierarchii i mocy.

Przywołany już Michał Rusinek nazywa zainteresowanie retorycznością języka obecne w różnych dziedzinach wiedzy ważnym zwrotem w dziejach myśli, którego antyfundamentalistyczny charakter związać można z gestami starożytnych sofistów, namysłem filozofów języka wieku XVIII i XIX (Jean Jacques Rousseau, Giambattista Vico, Jean Paul Richter, bracia Schleglowie, Novalis, Aleksander von Humboldt, Johann Gottfried von Herder) oraz refleksją nad figuralnością poznania najważniejszego chyba patrona formacji poststrukturalnej – Friedricha Nietzschego (związki z filozofią Immanuela Kanta). Michał Paweł Markowski sugeruje nawet, iż Nietzscheańska odpowiedź na pytanie, czym jest prawda, będąca niejako tropologicznym manifestem, w niebagatelny sposób przyczyniła się do rozwoju amerykańskiego dekonstrukcjonizmu (Markowski 1997b: 91). „Odpowiedzialnym” za nagłośnienie inspirującej frazy czyni Markowski Paula de Mana, który w 1974 roku poświęcił tekstowi Nietzschego *O prawdzie i kłamstwie w pozamoralnym sensie* esej, włączony później do książki *Alegorie czytania* (1979, w Polsce 2004).

W roku 1976 wydany zostaje amerykański przekład O gramatologii Jacques'a Derridy (w Polsce 1999) – tym sposobem patronat Nietzschego nad dekonstruktywistami został wyrażony i symbolicznie objęty.

Myśląc o literaturoznawstwie doby ponowoczesnej, wychyłym w stronę retoryki, za najważniejsze zjawisko należy uznać tyleż filozoficzny, co retoryczny projekt dekonstrukcji, którego odkrywca – Jacques Derrida (oraz duże grono uczniów i kontynuatorów: James Hillis Miller, Paul de Man, Barbara Johnson, Jonathan Culler i in.), pozostając w ciągłym balansie pomiędzy literaturą i filozofią, tropi konsekwencje ujawnionej figuralności dyskursu filozoficznego oraz ukryte założenia, sterujące tekstami literackimi, wsparte o często nieuświadomione, a zawsze niesprawiedliwe metafizyczne opozycje. Francuski uczony, zafascynowany ruchliwością „form proteuszowych” (Ta dziwna instytucja zwana literaturą 1998: 180), demaskując retoryczność wszelkiego pisania, tak literackiego, jak literaturoznawczego i filozoficznego, odsłonił znacznie więcej niż tylko pozorną oczywistość. O ile w literaturze przekonanie o figuralności języka nie było niczym nowym, o tyle filozofia, posądzona o piśmienność, zdawała się być „odsądzona od czci i wiary”. Dlatego zapewne „zawodowi filozofowie (a polscy – dodajmy w nawiasie – w szczególności) unikają Derridy” (cyt. za: Markowski 1997a: 21), a nawet go nie znoszą. Autor Pisma i różnicy przypomniał bowiem, iż mit języka naturalnego, przezroczyściego, niezatrzymującego na sobie uwagi, a tylko niejako niosącego sens jak kaganek, jest rodzajem złudzenia, efektem przeoczenia lub wyrazem poczucia wyższości wobec świadomej swej figuralności literatury. W Białej mitologii pisał tak:

Z filozofii retoryka. Z tomu, całego prawie – kwiat oto dobyć, unieść, upuścić go, pozwolić mu raczej wzejść, rozkwitnąć, kwiat jakby od siebie się odwracający, kwiat znaczny – ucząc się pielęgnowania, cierpliwości od szlifierza drogich kamieni. (Derrida 2002: 261)

Derridiańska metoda, polegająca na unaocznieniu, jak bardzo figuracja steruje naszym myśleniem, a nawet je przyspiesza czy modyfikuje, bywa rozumiana i definiowana jako „analiza retoryczna” lub „dyscyplina retoryczna”[\[31\]](#); dzięki niej język, który zdawał się pokornie służyć myśli, zaczyna snuć „na boku” swoje własne historie, często w poprzek głównych

wątków. Dekonstrukcja nie może być jednak pojmowana wyłącznie jako całkowicie bezpieczna gra w klasy z metaforami. Wtedy byłaby jałowym popisem, co wielu jej zarzuca. Jednak tam, gdzie mowa o piśmie, gra toczy się zawsze o życie lub śmierć[32]. Pismo dekonstruuje bowiem wyczelowany system filozoficzny, ujawniając skryte w nim bezdroża, na których, mówiąc biblijnie, „duch wieje kędy chce”, na ogół wbrew intencji piszącego. Derridiański taniec[33] pozwala zauważyć pozorną tylko klarowność i niesprzeczność wywodu, który w gąszczu figur skrywa splot tego, co filozoficzne, z tym, co literackie. Derrida wyraźnie polemizuje z Platońskim rozdzieleniem filozofii/dialektyki, niosącej prawdę, i retoryki/sofistyki, która tylko żongluje słowami[34]. To supeł nie do rozplątania, nie działa tutaj ostre jak brzytwa albo – albo. Biała, bezbarwna mitologia Zachodu, pozornie bezzałożeniowa i wykorzeniona metafizyka okazuje się wytartą przez „ruch idealizacji” monetą, za którą miłośnicy mądrości usiłują kupić prawdę. Dekonstrukcja odsłania piśmienność filozofii, która uwikłana jest w grę języka, od zawsze figuralnego:

Tyleż metafora zawarta jest w tekście filozoficznym (i w zharmonizowanym z nim tekście retorycznym), co ów tekst zawiera się w metaforze. (Derrida 2002: 321)

To, co wydawało się marginalne, zewnętrzne wobec ruchu sensu – „kwiat metafory” rządzi od środka zachodnią filozofią. Analiza retoryczna przestaje być niewinnym zajęciem, odsłania bowiem mechanizmy władzy. Jak pisze Stanley Fish:

radikalnie retoryczne podejście Nietzschego/Derridy może wykonać radykalną robotę polityczną. Świadomość tego, że wszystko jest retoryczne, jest pierwszym krokiem na drodze przeciwstawienia się władzy retoryki i uwolnienia się od jej mocy. (Fish 2002: 455)

Za sprawą „zwrotu retorycznego” w myśleniu nad różnymi dziedzinami wiedzy specjaliści od figuralności języka i tekstualnych strategii retorycznych urastają do roli fachowców od wszelkiego typu dyskursywnych uwikłań. Dekonstrukcjonizm, wychodząc od analizy tekstu filozoficznego, literaturoznawczego czy literackiego, pozwala w finale

przeformułować sposób rozumienia rzeczywistości, która osnuta jest pajęczą siecią omówień, a zmiana w niej wydarza się za sprawą mocy perswazyjnej. Warto wspomnieć w tym momencie tezę Thomasa Kuhna, który w książce *Struktura rewolucji naukowej* dowodził, iż motorem nauki „nie jest weryfikacja czy falsyfikacja, lecz perswazja” (Fish 2002: 442).

Derridiańska dekonstrukcja jest zapewne najbardziej spektakularnym powrotem retoryczności w nasze czasy. Literaturoznawstwo nią zapłodnione rodzi nowe akty lektury, wciąż ponawiane, bo wydarzające się przy pełnej świadomości „nieod(do)czytania” (Bloomowskie misreading). Ciekawe z tej perspektywy są analityczne ‘próby’ Paula de Mana, którego spojrzenie odsłania aporie tekstu maskowane w imię założonej spójności wzmówionego dziełu znaczenia. De Man obnaża mechanizmy życzeniowego myślenia i związaną z nim lekturową mistyfikację. Dlatego pyta analizowane przez siebie książki o to, jak założenia dotyczące języka, sterują ich lekturą. Jego *Alegorie czytania* (1979, w Polsce 2004) ujawniają kosztą znaczeniowej koherencji: wydarza się ona zawsze za cenę wyparcia, przemilczenia tego, co najbardziej wywrotowe, bo ruchliwie figuralne. Uświadomienie sobie tropologicznego charakteru wszelkiego pisania – de Man czyta bowiem teksty filozofów i utwory literackie, jakby nie wierząc w różnicę między nimi – prowadzi na pustynię, bezdroże (gr. aporia) sensu. Tam dopiero można szukać ścieżki i przejścia (gr. póros), które dotychczas z racji swej trudności było zasłaniane przez szeroki trakt metody (gr. hodós – ścieżka, droga, marsz, podróż, sposób, metoda). Nierozstrzygalność literatury wyrasta z jej figuralności, która wbrew marzeniom strukturalistów jest (ana)gramatyczna. De Man, czytając teksty Jeana Jacques’a Rousseau, Friedricha Nietzschego, Marcela Prousta i Jana Marii Rilkego, podąża za ruchliwymi tropami, które splątane ze sobą, nie pozwalają zamknąć się w klatce znieruchomiłego sensu. Lektura pism Nietzschego, z racji ich uświadomionej figuralności, jest szczególnie dobrym przykładem fundamentalnej podejrzliwości, prowadzącej do zawieszenia konkluzji czy puenty, bo ona oznaczałaby koniec tańca figur, śmierć języka. De Man czyta pisma autora *Woli mocy* z lat 1871–1888, by wskazać na niespójność jego myśli. Od razu też usprawiedliwia ten iście Nietzscheański błąd:

W pewnym sensie Nietzsche uzyskał prawo do tej niespójności dzięki ogromnej pracy dekonstrukcji, która składa się na większą część jego bardziej analitycznych pism. (de Man 2004: 158)

Autor Alegorii czytania wchodzi do „zaułka retoryki” (tamże: 128) – jak nazywa semestralny kurs prowadzony przez Nietzschego na uniwersytecie w Bazylei (zima 1872–73) oraz nieukończony *Philosophenbuch*, którego jedyną zamkniętą całością jest znany esej *O prawdzie i kłamstwie w pozamoralnym sensie* – po to, by wykazać, jak pozornie marginalne, poboczne ścieżki umożliwią nowe, świeże spojrzenie na całość pisarstwa niemieckiego filozofa. Retoryka, rozumiana przez autora *Woli mocy* przede wszystkim jako teoria figur i tropów, a nie perswazja, nie ratuje go jednak przed niebezpieczeństwem zasadzek, zastawianych przez tylko pozornie zdemaskowany język. Dowodząc na przykład, iż idea podmiotu jest tylko metaforą, wpada we własną pułapkę. Jak przekonuje Paul de Man:

Tworząc język odrzucający centralną pozycję ja, ocala ja językowo w tej samej chwili, gdy orzeka jego nieistotność, jego pustość jako zaledwie figurę mowy. Ja może przetrwać tylko jako przemieszczenie w tekst, który je neguje. (de Man 2004: 136)

Nietzsche, który wykładając dzieje klasycznie rozumianej sztuki wymowy, mówił „język jest retoryką” (Nietzsche 1997: 25), jako teoretyk figuralnej natury języka, popełniał błąd, który sam ujawniał: zwodził metaforami. Analizy de Mana pokazują źródłową niemożność utrzymania żywiołu metaforycznego w ryzach, przyszpilenia go do kartki. Figury są bowiem po ciemnej stronie mocy języka, uwodzą, by zwodzić. Jak poetycko (co znaczące) pisze autor *Alegorii czytania*:

tropy, jak sugeruje ich nazwa, nie tylko są zawsze w ruchu – bardziej przypominają żywe srebro niż kwiaty czy motyle, które zapewne można by przynajmniej przyszpilić i umieścić w obrębie starannej taksonomii – ale i mogą zniknąć zupełnie lub przynajmniej mogą spowodować takie złudzenie. (de Man 2000a: 51–52)

O mocy retoryki zaświadcza także badacze związani z nurtem nowego historyzmu, inspirowanego pismami Michela Foucaulta (Archeologia wiedzy) oraz refleksją metodologiczną Haydena White'a (Poetyka pisarstwa historycznego). Uświadomienie sobie dyskursywnego charakteru rzeczywistości pozwala odsłonić mechanizmy perswazji, służące ukonstytuowaniu i umocnieniu się władzy. To właśnie środki retoryczne umożliwiają kreowanie mitów sterujących światem, w którym żyjemy. Władza dyskursu może być zakwestionowana jedynie dzięki analizie retorycznej. Jeśli założymy, iż historia ma charakter tekstualny, więc jest narracją konstruowaną z pewnej perspektywy i w jakimś celu, historyczność tekstu literackiego i tekstualność historii domagać się będą podobnych aktów lektury. Ryszard Nycz, który wskazuje na dwubiegunowość poststrukturalizmu, nazywa dwa warianty refleksji badawczej: dekonstrukcją („wariant tekstualny”) i nowym historyzmem („wariant światowy”), ten ostatni określając mianem „kulturowej poetyki” (cyt. za: Heck 1997: 99). Z kolei Dorota Heck sugeruje, iż:

Praktyki badawcze nowych historycyków [...] dają się odczytać jako szczególne realizacje dekonstrukcjonistycznej (a więc postmodernistycznej i poststrukturalistycznej) podejrzliwości wobec dyskursu. (Heck 1997: 100–101)

Rzecznicy nowego historyzmu znoszą wywodzące się jeszcze z pism Arystotelesa rozróżnienie pomiędzy naukowo obiektywnym statusem dyskursu historycznego (badanie faktów) i świadomie fikcjonalną naturą tego, co literackie. A jeśli ta różnica zostaje poddana w wątpliwość, opowieść o dziejach zaczynamy pojmować jako konstrukcję, narrację, „partię językowych szachów” (Domańska 2000: 12) – z wszystkimi tego konsekwencjami. Znajomość środków i strategii retorycznych okazuje się kluczem do rozumienia historii czy kultury, szerzej rzecz ujmując. Tropy (metafora, metonimia, synekdocha, ironia) stanowią dla przywołanego Haydena White'a wyznaczniki kolejnych etapów w zmieniającym się dyskursie nauki o dziejach. Inspiracją dla amerykańskiego uczonego była myśl osiemnastowiecznego filozofa Giambattisty Vica, który szukał genezy języka i świata właśnie pośród figur:

Podobnie też jak w koncepcji włoskiego myśliciela historia świata opisywana jest jako przechodzenie przez kolejne fazy charakteryzowane przez różne tropy (epoka bogów – przejście od metafory do metonimii; epoka bohaterów – od metonimii do synekdochy; epoka ludzi – od synekdochy do ironii; nawrót), tak też White pisze o transformacjach świadomości historycznej, gdzie każdy z tropów określa fazę w cyklicznym modelu, ukazującym rozwój pewnej tradycji dyskursu, która ewoluje od Metafory, poprzez Metonimię i Synekdochę do Ironii, ta zaś kończy cykl i ujawnia się w uświadomieniu względności wszelkiej wiedzy. (Domańska 2000: 16–17)

Tropy dla White'a mają ponadto charakter archetypowy, już w fazie przedjęzykowej pozwalają organizować teren, który będzie potem interpretowany za sprawą tworzącej się narracji – arcyłudzkiej metodzie porządkowania chaosu zdarzeń.

Podejrzliwość wobec języka można więc uznać za *signum temporis*, a z ducha retoryczne próby odsłaniania pozornych oczywistości podejmują także badacze związani z nurtem krytyki feministycznej, studiami postkolonialnymi czy neopragmatyści.

Figuralność poznania

Nie ufam systematykom i ustępuję im z drogi.

Pożądanie systemu jest brakiem rzetelności

(Nietzsche 1973: 34)

Aforyzm wygrywa prędkością

(Derrida 1998: 5)

Za patrona antyfundamentalistycznej formacji poststrukturalnej należy uznać amatora aforyzmu – Friedricha Nietzschego, który w tekście z roku

1873 dowodził:

Mówiąc o drzewach, barwach, śniegu i kwiatach wierzymy, że wiemy coś o samych rzeczach, tymczasem zaś nie mamy nic prócz metafor rzeczy, metafor, które pierwotnym istotnościom zupełnie nie odpowiadają. (Nietzsche 1993: 187)

Nietzsche, filolog klasyczny z wykształcenia, w latach siedemdziesiątych XIX wieku ujawnił nadzwyczajną świadomość uwikłania energii poznawczej w język, który nie tyle nazywa rzeczywistość, sam się pokornie odsuwając na plan dalszy, ile stwarza złudzenie poznania prawdy. Człowiek natomiast bierze metafory za rzeczy, zapominając o kameleonowatej naturze języka. Nietzsche daje dość pesymistyczną diagnozę sytuacji człowieka w świecie: uwikłany w iluzję poznania, którą sam wytwarza, kreuje nie tylko obraz tego, co wokół, ale nawet figurę odpowiedzialną za podmiotowe ja. Wszystko okazuje się konstruktem, a proces interpretacji zdaje się nie mieć końca. Co gorsza, nie prowadzi do bezpiecznej przystani sensu. Pytanie o prawdę, tak ważne dla dyskursu filozoficznego Nietzschego, skłania go raczej do przejścia od wiedzy o retoryce, w klasycznym tego słowa rozumieniu, do świadomości, że „retoryczne” ma nas w swej pajęczej sieci:

Czym więc jest prawda? Ruchliwą armią metafor, metonimii, antropomorfizmów, krótko, sumą ludzkich stosunków, które zostały poetycko i retorycznie wzmocnione, przetransponowane i upiększone, a po długim użytkowaniu wydają się ludowi kanoniczne i obowiązujące: prawdy są złudami, o których zapomniano, że nimi są, metaforami, które się zużyły i utraciły zmysłową siłę wyrazu, monetami, których powierzchnia się starła i które teraz są traktowane jak metal, już nie jak monety. (Nietzsche 1993: 189)[[35](#)]

Nietzsche z ogromną retoryczną mocą, świadomie używając siły metafory, dzięki której abstrakcja podlega unaocznieniu, mówi o tropologicznym charakterze poznania, w którym działają mechanizmy myślenia/języka z natury figuralnego. Poznanie podlega regułom znanym teoretykom elokucji, opiera się na kilku prostych gestach przeniesienia, zastąpienia czy przesunięcia. Ludzie kreują prawdy poprzez przeniesienie

i zastąpienie tego, co zmysłowe tym, co pojęciowe, tym samym konstruując metafory lub metonimie; antropomorfizują zjawiska, nad którymi chcą panować (personifikacja); zastępują przyczyny skutkiem (hypallage), lub wreszcie – biorą część za całość lub całość za część (synekdocha). Poprzez tych pięć zabiegów wyraża się poznanie człowieka. Retoryka zyskuje status techniki umożliwiającej zdemaskowanie pozornych, a przecież rządzących rzeczywistością prawd. Michał Rusinek postrzega w Nietzschem filozofa, który „patronuje przejściu od retoryki do retoryczności” (Rusinek 2003: 39).

Co ciekawe, usiłując wywikłać się z totalizujących roszczeń myśli dążącej do systemu, umknąć metafizyce i logosowi, w gruncie rzeczy przecież doskonale wiedząc, że jest to niemożliwe, bo jakiegokolwiek mówienie jest uwikłane w metafizyczne opozycje, autor Woli mocy sięgnie po wywrotowy aforyzm. Podobny gest wykona wiele lat później Jacques Derrida.

Wyznawca „tańczącego Boga”[\[36\]](#), odpowiedzialny za, jak go nazywa Roland Barthes, kryzys „w łonie metafizyki prawdy” (Barthes 1992: 190), staje się patronem przejścia „od dzieła do tekstu”, od lektury szukającej stabilnego jądra sensu do strategii jego „rozwieżdzania” i aktu lektury jako aktu „przyjemności” (zob. Barthes 1997: 47; 1999: 47).

Gramatyka retoryki

 Nie unikniemy zatem nowej
 klasyfikacji figur retorycznych,
 kiedy uznamy, że ‘klasyfikować’
 oznacza ‘poznawać’

(Todorov 1988: 134)

„Retoryczny zwrot” naszych czasów w jakiejś mierze wyrasta i korzeni się w odwróceniu, podszytym znużeniem i protestem, od panowania gramatycznego modelu związanego z metodą strukturalną w literaturoznawstwie. Jak w roku 1995 pisała Anna Burzyńska:

jednym z fetyszy strukturalizmu stała się gramatyka lub raczej „gramatyka” – lingwistyczny wzorzec modelujący bądź to sposób organizacji danego systemu literackiego, bądź sam stanowiący model kompetencji literackiej, jako – z ducha Chomsky’ego – zinternalizowanej gramatyki. Obfitość gramatyk obecnych w poetyce strukturalnej (od słynnej *Grammaire du Decameron* (1969) Todorova poprzez prace Greimasa, Bremonda, do innych, niezwykle skomplikowanych wariantów gramatyki generatywnej) świadczyła o tym, iż stworzenie poprawnej gramatyki literatury stało się jednym z upragnionych marzeń sporej grupy jej badaczy. (Burzyńska 1995: 64).

Pragnienie, by stworzyć wzorowaną na ideale lingwistycznym, naukową gramatykę literatury, prowadziło w stronę nomotetycznego z ducha pytania o to, co powtarzalne, modelowe i systemowe. W odniesieniu do problematyki retorycznej strukturaliści wykonywali podobną pracę. Najogólniej rzecz ujmując, szukali tak pojemnej tabeli, by zmieścić w niej całą figuralną różnorodność. Przykładem takiego działania są taksonomiczne pomysły belgijskiej Grupy z Liège (Grupa μ : Jacques Dubois, Francis Edeline, Jean-Marie Klingenberg, Philippe Minguet, François Pire, Adelin Trinon (zob. Groupe μ 1970), która za ambitny cel i ideał naukowy przyjęła konstrukcję takiej klasyfikacji, za sprawą której wszystkie figury poetyckie i retoryczne otrzymają gramatyczną eksplikację. To utopijne marzenie, podszyte chyba jednak w gruncie rzeczy groźnym pożądaniem totalnego porządku, materializuje się jako potężny katalog, w którym wszystkie operacje retoryczne i poetyckie nazwane zostały metabolami (gr. zmiana). Dzielą się one na cztery typy (metaplazmy, metataksy, metasememy, metalogizmy), z których każdy wpisuje się w cztery rodzaje operacji (odłączenie, przyłączenie, odłączanie i przyłączanie równocześnie oraz permutacja). Jak pisze Jerzy Ziomek: „za dużo się tu mieści i za wiele zgadza” (Ziomek 1978: 8), zawsze kosztem tego, co niepokornie „wystaje” z idealnego zestawienia. Najważniejsza jednak teza retoryków z Liège wiązała się z redefinicją metafory, która z pozycji najważniejszego tropu spadła do roli efektu połączenia dwóch synekdoch. Przy bliższym przyjrzeniu się tej uwodzącej prostotą koncepcji okazuje się jednak, iż pracowicie wykoncypowane

schematy nie generują oczekiwanego tropu i na przykład metafora „statek – wdowa” (statek jak wdowa) ze słowem pośredniczącym voiles (fr. ‘żagiel, welony, woalki’) jest tak naprawdę tylko grą słów, a nie rzeczonym tropem (Ziomek 2000: 180).

Jednak pomysły Belgów to nie jedyna próba strukturalnego uporządkowania „nieplewionego ogrodu” figur. Gesty oświeceniowego ogrodnika wykonają także Gérard Genette (*Figures*, 1966), Tzvetan Todorov (*Tropes et Figures*, 1967), Jean Cohen (*Théorie de la figure*, 1970), żeby wymienić tylko najważniejsze nazwiska. Jednak za każdym razem są to zabiegi podobne, można by je nazwać procesem „gramatyzacji retoryki” (Ziomek 1978: 10). Tzvetan Todorov, dzieląc wszystkie tropy na anomalie i figury (we właściwym sensie), próbuje je usidlić poprzez złączenie z działami gramatyki, z których wybiera fonetykę, składnię i semantykę (oraz relację znak – przedmiot odniesienia). Jerzy Ziomek wykazuje, iż siatka taksonomiczna, służąca Todorovowi do polowania na figury, przyczynia się do ewidentnych nielogiczności. Na przykład paronomazja, będąca grą słów, podczas której dokonuje się wymiana między brzmieniem i znaczeniem, umieszczona zostaje w dziale anomalie, związane z relacją dźwięk – sens, gdy tak naprawdę ten zabieg ma charakter semantyczny (Ziomek 2000: 134–135). Takie są jednak koszty „oświecenia” strategii retorycznych blaskiem gramatyki.

Gesty porządkujące w odniesieniu do często problematycznego rozróżnienia metafora – metonimia wykonał także Roman Jakobson, który w tekście *Dwa aspekty i dwa typy zakłóceń afatycznych*, wiążąc zdolność do tworzenia figury substytucji (metafora) i kombinacji (metonimia) z dwoma typami zaburzenia neurologicznego, znanego psychiatrom pod nazwą afazji, wskazał na paradygmatyczny charakter metafory (podobieństwo) i syntagmatyczny – metonimii (przyległość). Jerzy Ziomek, krytycznie odnosząc się do tego cięcia, wskazuje, iż nie zawsze w afazji należy szukać źródeł niemożności kombinacji w oparciu o przyległość. Sugeruje także, iż przyczyną zakłóceń w odbiorze metonimii są braki w erudycji, gdyż relacja reprezentacji ma charakter encyklopedyczny, czyli kulturowo stanowiony (Ziomek 2000: 178).

Paul de Man, patrzący na dokonania strukturalistów z pewnego dystansu, za podstawowe złudzenie, któremu ulegli, uważa wiarę w proste przejście pomiędzy gramatyką a retoryką tekstu. Jego zdaniem taka

ciągłość jest pozorna, a za retoryczną podstawę języka przyjmuje „odchylenie”, „wszelkie lekkie odejście lub nawet niezamierzony błąd” (de Man 2004: 19). Proste przejście między figurą a gramatyką nazywa redukcją. Według de Mana:

Retoryka w sposób radykalny zawiesza logikę i otwiera zawrotne możliwości aberracji referencjalnej. (de Man 2004: 22)

Rosyjska szkoła retoryki

Każde słowo jest w swojej osnowie tropem

(Szkłowski 1970: 55)

Strukturalne pragnienie poznania ogólnych zasad rządzących pisarstwem wyrasta na pewno z formalistycznej batalii o niezależność i odrębność nauki o literaturze. Co szczególnie ciekawe, rzecznicy „metody formalnej”, zaczynając niejako wykrawać pole badawcze i pytać o przedmiot rodzącego się wtedy dopiero nowoczesnego literaturoznawstwa, w pierwszym rzędzie zwracają uwagę na materialność/figuralność słowa poetyckiego. Wiktor Szkłowski w artykule Wskrzeszenie słowa przypomina o sakralnym rodowodzie poezji jako języku magicznym, pozarozumowym, uduchowionym formalnie (Wielemir Chlebnikow, заумный язык) i dzięki temu ewokującą obrazowość oraz pozwalającą przywrócić wyczuwalność językowej formy. I co paradoksalne, w kontekście momentu, w którym rozbrzmiewa głos formalistów (lata dwudzieste XX wieku), diagnozy Szkłowskiego każą ponownie przypomnieć sobie Derridiańską dekonstrukcję. Autor Wskrzeszenia słowa pisał tak:

Słowa używane w procesie myślenia zamiast pojęć ogólnych, a więc pełniące niejako rolę pozbawionych wszelkiej obrazowości znaków matematycznych, i słowa używane w mowie potocznej, kiedy się ich nie domawia i nie dosłuchuje w pełni – słowa takie zautomatyzowały się dla nas i nikt nie wyczuwa ich wewnętrznej (obrazowej) i zewnętrznej (dźwiękowej) formy. (Szkłowski 1970: 55–56)

A skoro przeżycie estetyczne okazuje się przeżyciem formy, „zwietrzałe słowa”, jak je nazywa Szklowski, dzięki gestom futurystów, którzy łamią je i koślawią, ożywają, zmartwychwstają, pomimo złudzenia, iż są już tylko martwą skamieliną. Formaliści wykonali ogromną pracę nad założeniem fundamentów pod gmach nazwany na początku wieku XX nauką o literaturze, o której obiektywności i scjentyistycznym zdyscyplinowaniu świadczyć miały związki z rodzącą się wtedy lingwistyką strukturalną (Ferdinand de Saussure, Kurs językoznawstwa ogólnego, Genewa 1916). Ich zasługą jest refleksja nad teorią języka poetyckiego, wersologią, stylistyką, zagadnieniami dotyczącymi kompozycji utworu literackiego (analizy tekstów prozatorskich). Namysł nad specyfiką mowy poetyckiej zaprowadził ich prostą ścieżką do problematyki retorycznych/stylistycznych aspektów tekstu. Kwestia stylu, tak ważna dla teoretyków krasomówstwa, generuje kluczowe dla szkoły formalnej pojęcie „chwytu”. Rosyjski termin приём, oznaczający „sposób” i „chwyt” nazywa wszelkiego typu ujęcie stylistyczne lub kompozycyjne, dzięki któremu przekształceniu ulega język lub temat utworu w taki sposób, że jego odbiór zostaje zdeautomatyzowany. Jak w roku 1917 pisze Wiktor Szklowski:

środkiem sztuki jest chwyt „udziwniania” rzeczy oraz chwyt formy utrudnionej, zwiększającej trudności i czas percepcji, ponieważ proces percepcyjny w sztuce stanowi wartość samą w sobie, powinien być więc przedłużany. (Szklowski 1986: 17)

Tym samym chwyt zostaje umieszczony w centrum refleksji nad kluczową dla formalistów kwestią „literackości”. A proces odpodobnienia tego, co tylko pozornie przezroczyste, pozwala o formalistach myśleć jako o rzecznikach retorycznego charakteru języka i literatury.

Skomplikowane siostrzane relacje: retoryka wobec poetyki, poetyka wobec retoryki

Namysł nad relacją pomiędzy retoryką a literaturoznawstwem wypada zakończyć separatorskim i jakże z dzisiejszej perspektywy życzeniowym gestem Arystotelesa, który wyraźnie oddzielił cele poetyki i pozostającej

z nią w siostrzanej relacji – retoryki. Pomimo że, jak pisze Heinrich Lausberg, obie są „na płaszczyźnie językowej sztukami poetyckimi” (Lausberg 2002: 41), uczeń Platona usilnie dowodził o ich rozdzielności. Poetyka w jego ujęciu ma cel i charakter mimetyczny, zadanie poety polega na naśladowaniu rzeczywistości, natomiast funkcja retora – to przekonywanie, wpływanie na odbiorcę. Praktyczny, codzienny użytek z retoryki stoi też w jawnej sprzeczności z artystycznym, więc niejako odświętnym smakiem poetyki. Im jednak silniej pragnie się wyznaczyć płaszczyznę tego, co różne, to, co wspólne, mocniej zaznacza swoją obecność. Matematycznie rzecz ujmując oraz wciąż współmyśląc z Arystotelesem, częścią wspólną pomiędzy retoryką a poetyką, rozumianą dzisiaj jako dziedzina teorii literatury, byłaby stylistyka, dzięki której możliwa jest retoryczna elokucja, czyli ni mniej ni więcej – tylko skuteczny sposób dobierania środków językowych do wyrażenia określonej treści w konkretnym celu. Repertuar figur retorycznych, wiążący się z teorią stylu, w tym kontekście wydaje się być spornym dziedzictwem języka, do którego rości sobie pretensje zarówno Arystotelesowska retoryka jak i poetyka. Cięcie ucznia Platona uświadamia jedynie niemożność rozdzielenia tych syjamskich nieomal siostr. Jak pisze Jonathan Culler, autor popularnego podręcznika do teorii literatury:

Poetyka jest ściśle powiązana z retoryką, która od czasów starożytnych zajmuje się badaniem środków językowych służących ekspresji i przekonywaniu: technikami mowy i myślenia, pozwalającymi konstruować skutecznie oddziałujące wypowiedzi. Arystoteles oddzielił retorykę od poetyki, uznając tę pierwszą za sztukę przekonywania, drugą zaś za sztukę naśladowania bądź przedstawiania. Tradycje średniowiecza i renesansu zniosły jednak ten podział: retoryka stała się sztuką wymowy, poezja zaś (której zadaniem jest uczyć, bawić i wzruszać) miała być jej ukoronowaniem. W XIX wieku retoryka, uznana za zbiór sztuczek nie mający nic wspólnego z myśleniem i poetycką wyobraźnią, popadła w niełaskę. Odrodziła się pod koniec XX wieku, jako dyscyplina badająca siły tworzące strukturę dyskursu. (Culler 1998: 83)

Culler ujawnia ułudę klasyfikacji i ostrego podziału, akcentując raczej przestrzeń powinowactwa i zależności. Znacznie korzystniej wygląda układ retoryka – poetyka, gdy spojrzysz się na proces wymiany, jaki pomiędzy nimi zachodzi. Roland Barthes wyklucza wręcz osobne mówienie o członach tej relacji. Pisze tak:

retoryka musi być zawsze odczytywana w obrębie gry strukturalnej ze swoimi sąsiadkami (gramatyką, logiką, poetyką, filozofią). (cyt. za: Perelman 2002: 13)

Rzecznikiem rozdzielenia siostrzanych dyscyplin był także Immanuel Kant, który swe sympatie lokował wyraźnie po stronie poezji, sugerując jej niezależność od nacisku normatywnych reguł, tak ważnych w sztuce pięknego przemawiania. Krasomówstwo w jego interpretacji krzyżuje się jednak z poezją, bo pożyczka od niej środki, by skuteczniej uwieść słuchacza. Kant nazywa je oszustwem godnym potępienia, gdyż idealistycznie zakłada, że to, co jest słuszne, winno być czynione jedynie ze względu na słusność, a nie z powodu siły i uroku retorycznego pozoru. Wskazuje też na wyraźną „ekonomiczną” wyższość mowy poetyckiej. Jak pisze w Krytyce władzy sądenia:

Mówca daje więc wprawdzie coś, czego nie obiecuje, a mianowicie zajmującą grę wyobraźni; ale urywa też coś z tego, co obiecał i co stanowi przecież czynność, którą zgodnie z zapowiedzią miał się zająć, a mianowicie z celowego sposobu zatrudniania intelektu. Poeta natomiast obiecuje mało i zapowiada tylko samą grę idej, ale dokonuje czegoś, co godne jest trudu: dostarcza mianowicie igrając intelektowi pokarmu i nadaje za pośrednictwem wyobraźni życia jego pojęciom: pierwszy zatem daje w gruncie rzeczy mniej, a drugi więcej, niż obiecuje. (Kant 1986: 254)

Chirurgicznie precyzyjne cięcia Kanta pokazują mimo wszystko, że operowane siostry mają zbyt wiele wspólnego, by egzystować osobno. Łączy je materia, z której są zrobione, dlatego skutecznie opierają się brzytwie filozofa. Ich opór uwyrażnia się szczególnie w drugiej połowie XX wieku, gdy za sprawą „retorycznego zwrotu” literaturoznawstwo (czyli potomek Arystotelesowskiej poetyki) zaraża się niejako figuralnością od

dotychczas badanego w rękawiczkach scjentyzmu obiektu – wymykającej się klasyfikacji literatury. Na terenie literatury spotyka się to, co miało być rozdzielone: retoryka z poetyką „w jednym stoją domu”. Paul de Man, świadom problematyczności modelowego myślenia, napisze tak:

nie waham się zrównać retorycznej, figuralnej potencjalności języka z samą literaturą. (de Man 2004: 22)

Paweł Nowak

Retoryka a propaganda polityczna

Dzieje propagandy politycznej i historia retoryki są pisane osobno, choć oba te zjawiska wiążą się ze sobą od wieków i istnieją obok siebie od tysiącleci, ponieważ kontekstem dla ich funkcjonowania jest, w przypadku retoryki często, a w przypadku propagandy politycznej zawsze, polityka i jej przejawy. „Zespół działań podjętych przez ośrodek decyzyjny, zmierzających do osiągnięcia zamierzonych celów za pomocą odpowiednio dobranych środków” (Mała encyklopedia wiedzy politycznej 2003: 251) lub „działalność grupy społecznej, partii, osoby, mająca zwykle na celu zdobycie lub utrzymanie władzy oraz realizację jakichś celów” (Uniwersalny słownik języka polskiego 2003: 3: 635) to najczęściej przytaczane definicje polityki, w których widać miejsce dla działań retorycznych lub zabiegów je naśladowujących. Większość społeczeństwa postrzega bowiem politykę jako sferę zdominowaną przez zachowania i działania werbalne. W wielu wypadkach sposób formułowania myśli, a nie ich merytoryczna wartość, decyduje o „zaistnieniu” danej osoby jako „charakteru” i/lub „typu” politycznego (zob. Nowak, Siwiec 1994: 75–84) oraz o skuteczności podejmowanych przez nią działań politycznych, przekonaniu odbiorców do określonych poglądów i idei. Nadawca polityczny sięga zatem do zasobów „sztuki pięknego przemawiania” (*ars bene dicendi*), *téchne rhetoriké* czy *ars oratoria* (Tatarkiewicz 1960: 168), naśladuje „perswazję możliwą (pragmatyczną), nie zaś konieczną; perswazję dostosowaną do potrzeb odbiorcy (publiczności), która bardziej gustuje w mniemaniach i opiniach niż w obiektywnej prawdzie” (Korolko 1990: 19).

Pomimo tych ewidentnych podobieństw retoryka i propaganda polityczna są jednak traktowane jako zjawiska odrębne, a ich zestawienie obok siebie, próba zrównania ich zakresów pojęciowych napotyka opór i budzi powszechny sprzeciw. Polaryzowanie, przeciwstawianie sobie retoryki i propagandy politycznej wiąże się bowiem z konotacjami/asocjacjami, jakie w umyśle odbiorców wywołują te nazwy.

Retoryka powiązana z perswazją kojarzy się z ‘działaniem etycznym, szlachetnym, uczciwym, dla dobra audytorium’, a propaganda zrównana z manipulacją ukazuje się ludziom jako ‘działanie złe/nieetyczne, egoistyczne, naganne moralnie, nieuczciwe’. Propaganda jest postrzegana przez ludzi po prostu jako rodzaj kłamstwa, atrakcyjne oszustwo, które należy do tej samej grupy zjawisk, co erystyka i demagogia.

Niezależnie od rozbieżności w wartościowaniu retoryki i propagandy politycznej oba zjawiska łączy aktywna obecność w przestrzeni komunikowania społecznego oraz podobieństwo wykorzystywanych mechanizmów, środków i zasad komunikacyjnych.

Charakterystyka propagandy politycznej

Retoryka ma już ponad dwa tysiące lat, a za jej mistrzów i ojców uważa się greckich i rzymskich filozofów (Sokratesa, Platona, Arystotelesa, Kwintyliana, Horacego, Cyncerona). W tym samym czasie żyli także pierwsi mówcy, którzy dzięki umiejętności komunikacji z audytorium i pozyskiwaniu jego przychylności realizowali swoje prywatne, najczęściej polityczne, cele (Perykles, Juliusz Cezar, Oktawian August, Marek Aureliusz). Można więc przyjąć, że w ich działalności retorycznej znajdowały się zalążki tego, co współcześnie określa się mianem propagandy politycznej. Wydarzenia kolejnych wieków i tysiącleci, a zwłaszcza największe wojny i najistotniejsze przemiany społeczno-polityczne i ekonomiczne były w równym stopniu efektem zarówno uwarunkowań zewnętrznych, jak i działalności retoryczno-propagandowej władców i przywódców ideowych żyjących w danej epoce. Wyprawy krzyżowe, reformacja, kontrreformacja i Święta Inkwizycja, Wielka Rewolucja Francuska, okres napoleoński, a zwłaszcza faszyzm i realny socjalizm nie pojawiłyby się w dziejach świata i nie miałyby tak wielkiego znaczenia dla losów cywilizacji, gdyby nie retoryczne i propagandowe zabiegi Urbana II, Inocentego III, Ignacego Loyoly, Dantona, Robespierre’a, Napoleona Bonaparte, Adolfa Hitlera, Josepha Goebelsa, Władimira I. Lenina czy Józefa Stalina, by wymienić tylko tych najważniejszych i najbardziej znanych. Ich przemówienia i inne komunikaty wysyłane do grup społecznych spowodowały przyspieszenie

ewolucji systemów społeczno-politycznych, doprowadziły do gwałtownej integracji[37], zjednoczenia ludzi wokół wyznawanej przez nich idei.

W odróżnieniu od informacji celem retoryki i odwołującej się do niej propagandy jest więc wyrażanie, przedstawienie pojęciowe danego zjawiska i oddziaływanie perswazyjne na odbiorców, są one bowiem „sztuką przekonywania za pomocą prawdopodobnego kłamstwa, stosowanego w miejsce nieprawdopodobnej prawdy” (Ziomek 1986). W tworzeniu „prawdopodobnego kłamstwa” propaganda polityczna posuwa się znacznie dalej niż retoryka, ponieważ jej celami wobec jednostki są: skłonienie do oderwania od oglądu rzeczywistości ku treściom abstrakcyjnym i jednostkowo nieistotnym, powodowanie rezygnacji z własnej oceny sytuacji decyzyjnej za cenę oddania tej decyzji „rozumnym” i koordynującym życie społeczne instytucjom, sprzyjanie nabyciu przekonania o mądrości i kompetencji ludzi manipulujących informacją dla celów propagandowych. W osiągnięciu tych zadań propagandzie sprzyja: apelowanie do mas, a nie do jednostek; zmiany „systemu społecznego”; wpływanie na zmiany postaw; wywieranie wpływu na definicję sytuacji; odwoływanie się do subiektywnych, niesytuacyjnych aspektów działania – oderwanie człowieka od jego warunków życiowych, społecznych, politycznych i gospodarczych (Parsons 1969).

W efekcie propagandę polityczną można zdefiniować jako sposób działania, technikę, która może doprowadzić do zdobycia władzy lub, częściej, umożliwić przedłużenie ogólnego posługiwania się władzą przez rząd niezależnie od jego możliwości sprawowania władzy i zaspokajania oczekiwań społecznych. Oderwanie od sytuacji społeczno-politycznej umożliwia władzy manipulowanie zakresem i sposobem formułowania informacji przekazywanych społeczeństwu. Komunikat propagandowy zataja częściowo zawarte w nim informacje, aby agendy propagandowe uzyskiwały w społeczeństwie autorytet źródeł dobrze poinformowanych i godnych zaufania. Przekaz wysyłany do audytorium przez nadawcę propagandowego jest treścią przyswajaną społecznie i tworzy tzw. świadomość kolektywną. Dzięki temu odbieranie komunikatu nie służy wyzyskiwaniu zdobywanej wiedzy do podołania sytuacji, lecz dostosowaniu definicji sytuacji do zakresu otrzymywanej, ujednoliconej wiedzy. Jest to tym łatwiejsze, że zawarte w nim informacje odwołują się

do treści nieracjonalnych i oderwanych od doświadczeń życiowych odbiorców.

Realizację celów propagandy politycznej umożliwia w pełni świadome i planowe panowanie przez władzę nad przestrzenią komunikacji społecznej. Aby to osiągnąć idealna propaganda polityczna tworzy homogeniczny wzorzec komunikacji z odbiorcą masowym, precyzyjnie i ciągle reglamentuje informacje, starannie określa zestaw mechanizmów i środków retorycznych pojawiających się w przekazach adresowanych do społeczeństwa i – wreszcie – odcina odbiorcom dostęp do innych źródeł informacji, czyniąc z nich społeczeństwo zamknięte.

Jednym z przykładów urzeczywistnionej propagandy politycznej była komunikacja społeczna w Polsce w latach 1948–1980, choć elementy tego typu działalności pseudoretorycznej można odnaleźć w każdym rodzaju komunikacji społecznej, który służy zdobyciu i utrzymaniu władzy.

Retoryczny model komunikacji propagandowej

Szerokość zakresu propagandy politycznej, jej skuteczna wszechobecność gwarantowana jest przez pełną kontrolę nad procesem komunikacji przez władze państwowe, osiąganą dzięki precyzyjnemu realizowaniu instytucjonalnego schematu komunikacji.

Jedynym źródłem informacji, czynnikiem, który jest odpowiedzialny za selekcję i reglamentowanie wiedzy dostępnej w przestrzeni komunikacji społecznej, staje się w tym wypadku nadawca instytucjonalny I. Najczęściej są nim rząd i inne organy władzy, partie polityczne lub firmy czy prywatni właściciele mediów i to one właśnie inicjują sam proces porozumiewania się ze społeczeństwem, mają stały wpływ na jego przebieg, decydują także o jego zakończeniu.

W społeczeństwach zamkniętych wykonawcami poleceń nadawcy instytucjonalnego I są nadawca instytucjonalny II i nadawca instytucjonalny III, którzy już bezpośrednio uczestniczą w procesie komunikacji. W państwach totalitarnych pozycje te zajmują najczęściej organy cenzury, ale mogą nimi być także zarządy czy rady nadzorcze oraz redakcje mediów. Poza kontrolowaniem liczby i zakresu wysyłanych informacji regulują one także przez oddzielne przepisy i rozporządzenia

sposób komunikowania się z masowym odbiorcą, ingerują w retoryczne elocutio, ustalając zbiór zgodnych z wyznawaną ideologią tropów i konstrukcji językowych, gwarantujących skuteczne oddziaływanie propagandowe.

W społeczeństwach otwartych obecność nadawców instytucjonalnych II i III nie jest już tak oczywista i niezbędna, niemniej w dalszym ciągu taką funkcję pełnią po części redakcje i właściciele mediów powiązani z jakąś partią polityczną czy rządem, a miejsce tradycyjnej cenzury zajmuje autocenzura.

Autocenzura łączy się z kolejnym elementem schematu komunikacji propagandowej – nadawcą bezpośrednim. Jest nim osoba (najczęściej polityk lub dziennikarz), którą odbiorca traktuje jako rzeczywistego autora przekazu, ponieważ to ona wygłasza lub sygnuje tekst swoim imieniem i nazwiskiem albo pseudonimem. W typowej propagandzie politycznej nadawca bezpośredni był jedynie narzędziem, przekąźnikiem informacji i komunikatów spreparowanych przez nadawcę instytucjonalnego I, wspartego retorycznymi zaleceniami nadawców instytucjonalnych II i III. Jego zadanie polegało na konkretyzacji, nadaniu komunikacji realnego charakteru (był człowiekiem, a nie instytucją), co podnosiło jej efektywność i czyniło ją bliższą adresatom. W czasach „wolności słowa” nadawca bezpośredni może teoretycznie mówić i pisać to, co jest zgodne z jego poglądami i opiniami oraz nadawać swym wypowiedziom dowolny kształt językowy. Teoretycznie, ponieważ przynależność do danej partii, praca w medium o określonym profilu politycznym, gospodarczym czy społecznym determinują sposób jego komunikacji retorycznej. Miejsce kontroli zewnętrznej zajmuje samokontrola (autocenzura), która wpływa na zakres przekazywanej odbiorcy wiedzy i opinii oraz decyduje w znacznym stopniu o wyborze środków językowych i chwytów retorycznych stosowanych przez nadawcę w swoich wypowiedziach.

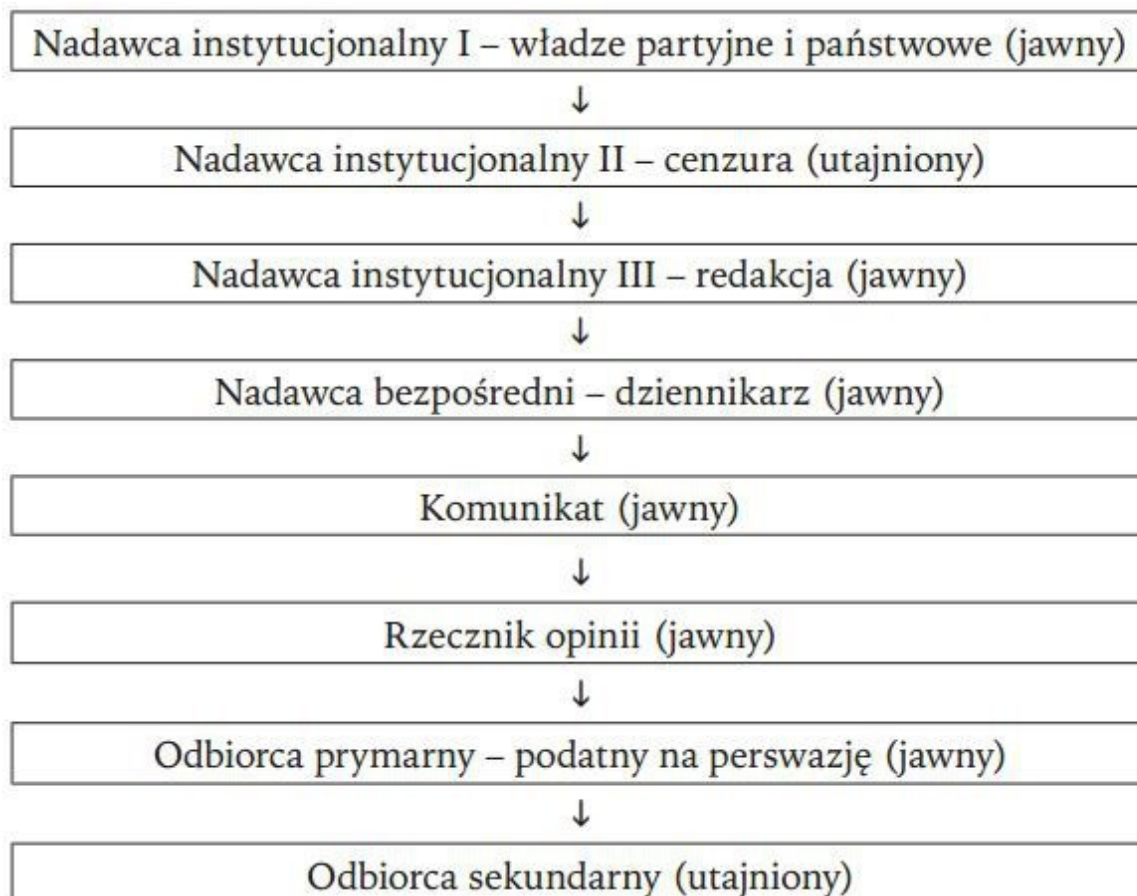
O wartości retorycznej propagandy politycznej decyduje w dużym stopniu kształt i charakter komunikatu wysyłanego do masowego odbiorcy. Ze względu na dążenia nadawców instytucjonalnych do pełnej izolacji społeczeństwa od innych źródeł wiedzy komunikaty propagandowe nie tylko opisują i interpretują świat, ale przede wszystkim „czynią rzeczywistość”, powołują do życia jedne wydarzenia, idee i opinie, a odsyłają w niebyt inne, niezgodne z propagandową wizją świata.

Wpływa to, oczywiście, na retoryczny kształt tekstu, którego podstawą konstrukcyjną jest polaryzacja rzeczywistości – jasne i precyzyjne zdefiniowanie wroga politycznego (OBCEGO) oraz hiperbolizacja, apologia władzy lub innej instytucji (SWOJEGO) popieranej przez nadawcę. Wykorzystywane w tekstach tropy i figury retoryczne mają przede wszystkim unaocznić odbiorcy i utrwalić w jego świadomości przekonanie o istnieniu opozycji SWÓJ – OBCY, a zwłaszcza wyraźnie wskazać i scharakteryzować wroga grupy i idee, przypisując im zestaw niepodważalnie negatywnych zamierzeń, działań i skutków. Większość wypowiedzi ma więc charakter jawnie wartościujący lub wartościuje w sposób pośredni przez obrazowość i wyrazistość użytych do tego środków językowych. Skuteczność tak skonstruowanego przekazu gwarantuje także ciągłe powielanie i powtarzanie zaakceptowanych przez nadawców instytucjonalnych konstrukcji retorycznych, które w niezmiennych formach pojawiają się w każdej wypowiedzi propagandowej, ułatwiając odbiorcy identyfikację OBCEGO i zapamiętanie jego negatywnej charakterystyki.

Retoryczny kształt tekstu propagandowego warunkuje i jest warunkowany także przez charakterystykę wyobrazonego/wirtualnego/zamierzonego odbiorcy (Lalewicz 1975) takiej formy komunikacji. Propaganda polityczna dąży do zaktywizowania i przekonania szerokich grup społecznych, a nie pojedynczego człowieka, dlatego musi konstruować komunikacyjny obraz adresata swoich wypowiedzi. Ze względu na schematyczność, formuliczność i jednoznaczne wartościowanie rzeczywistości w tworzonych przekazach ich odbiorcami są przede wszystkim ludzie określani mianem podatnych na perswazję (Pisarek 1975) lub ludźmi wiedzy (Mikułowski-Pomorski 1988). Główną cechą tej grupy odbiorców jest niskie wykształcenie i brak rozwiniętych potrzeb poznawania świata. Oczekują oni przede wszystkim recept, wskazówek i opinii oraz ocen, a nie danych o faktach. Stąd jaskrawość, wyrazistość i jawność komunikatów propagandowych oraz przesadne nagromadzenie środków retorycznych nie budzi ich podejrzeń, tylko ułatwia orientację w świecie, daje poczucie bezpieczeństwa przez integrację z władzą. Także emocjonalizacja i subiektywizm oraz upraszczanie obrazu rzeczywistości przez stereotypy i podkreślanie

polaryzacji świata OBCYCH i SWOICH widoczne w tekstach propagandowych jest dla nich korzystne i przekonujące.

Przeprowadzona charakterystyka pozwala zrekonstruować schemat komunikacji propagandowej (Nowak 2002: 34, Lewicki, Nowak 2000: 37, Ryszkiewicz 2003: 261–291).



W tak rozwiniętej formie schemat ten realizowany jest jedynie w społeczeństwach totalitarnych, gdzie w procesie komunikacji ze społeczeństwem nadzór nad jego przebiegiem trwa nieprzerwanie i odbywa się na wielu płaszczyznach. Stąd poza omówionymi wcześniej elementami pojawiają się w nim także: rzecznik opinii i odbiorca sekundarny. Obecność rzecznika opinii uwarunkowana jest brakiem kompetencji komunikacyjnych u odbiorców podatnych na perswazję. Rolę tę pełnią najczęściej lokalni przedstawiciele władzy lub bardziej światli jej zwolennicy, którzy wyjaśniają odbiorcy prymarnemu wypowiedzi

propagandowe o bardziej skomplikowanym i złożonym charakterze. Odbiorcą sekundarnym zaś są sami nadawcy instytucjonalni, którzy, poznając ostateczny kształt wypowiedzi propagandowych, oceniają ich skuteczność, a w skrajnych przypadkach decydują o ich wycofaniu z przestrzeni komunikacyjnej (cenzura represyjna).

Społeczeństwa otwarte również nie są wolne od takiego sposobu komunikacji. Jednak propaganda polityczna w tych państwach nie realizuje przedstawionego modelu w pełni, nie ma bowiem tak rozległej władzy nad komunikacją jak w państwach totalitarnych. Z tego powodu z reguły nie pojawia się w tej komunikacji nadawca instytucjonalny II, ograniczone jest także znaczenie rzecznika opinii i odbiorcy sekundarnego.

Ważnym aspektem komunikacji propagandowej jest także problem jawności i utajnienia obecności podmiotów komunikacji. Odbiorca prymarny nie powinien zdawać sobie sprawy z pełnej kontroli władzy i innych instytucji nad przebiegiem porozumiewania się, dlatego niektóre z elementów tej komunikacji są skrzętnie ukrywane przed odbiorcami podatnymi na perswazję.

Język propagandy

Poza w pełni kontrolowanym realizowaniem modelu komunikowania propagandowego retoryczną skuteczność wypowiedziom o takim charakterze gwarantuje właściwy dobór środków językowych, wypracowanie zestawu mechanizmów, które najlepiej „służą propagandzie” (Pisarek 1976). Pierwszym etapem przekonywania odbiorców o prawdziwości przekazywanego w procesie porozumiewania się ideologicznego obrazu świata jest właściwe (oceniające) wskazanie OBCYCH i SWOICH.

Identyfikacja wrogów i sprzymierzeńców politycznych

Najprostszą i powszechnie przyjętą metodą wskazywania osób zaliczanych do grupy OBCYCH i SWOICH jest używanie osobowych nazw własnych (imion, nazwisk, pseudonimów i przezwisk). Wydawałoby się, że

zwłaszcza imiona i nazwiska pełnią przede wszystkim funkcję identyfikującą i raczej trudno byłoby przypisać im jakieś inne zadanie, istotne dla sensu wypowiedzi. O ich wartości dla całego znaczenia tekstu i jego wymowy decyduje jednak przede wszystkim sposób użycia. Język polski daje kilka możliwości ich wykorzystania i przypisuje każdej z nich inną wartość retoryczną.

W komunikacji potocznej najczęściej używa się samego imienia, w dodatku bardzo często zdrobniałego. W efekcie, oprócz wskazania, informuje ono o zażyłości, bliskim kontakcie, znajomości nadawcy i odbiorcy. Natomiast użycie nazwiska lub nazwiska z rzeczownikiem pan/pani sygnalizuje dystans, oficjalność prowadzonej komunikacji.

W propagandzie politycznej osobowe nazwy własne pojawiają się zarówno wtedy, gdy nadawcy mówią o OBCYCH, jak i wtedy, gdy prezentowani są SWOI. Bardzo często wskazywanie OBCEGO polega na używaniu jedynie nazwiska, a pominięciu imienia lub formy grzecznościowej, np. Kwaśniewski powiedział; Belka zapomniał; Giertych zauważył; Kaczyński zaprzeczył. Ma to, podobnie jak w języku potocznym, sygnalizować dystans i lekceważenie dla postaci, o której mowa. W języku polskim często słyszy się pretensje o to, że ktoś zwraca się do kogoś po nazwisku, np. tylko nie po nazwisku, proszę. Jest to dowód na to, że stosowanie samego nazwiska jest jednocześnie negatywnym wartościowaniem działań osoby, o której mowa, jej uprzedmiotowieniem.

Tę obserwację potwierdza również używanie nazw własnych w wypowiedziach, w których bohaterami są SWOI. Zgodnie z zasadami rządzącymi opozycją SWÓJ – OBCY imiona i nazwiska określające SWOICH również wartościują postaci, do których się odnoszą, z tym, że w odróżnieniu od nazw określających OBCYCH, tym razem całkowicie pozytywnie, np. Aleksander Kwaśniewski przybył; Marek Belka przypomniał; Roman Giertych przeprowadził; Jarosław Kaczyński rozpoczął. Jeszcze bardziej propagandowy i wartościujący dodatnio charakter mają wypowiedzi, w których łączone jest nazwisko z tytułem bądź funkcją, np. prezydent Kwaśniewski; premier Belka; lider partii Kaczyński, a w wyjątkowo podniosłych, patetycznych sytuacjach wykorzystany jest tytuł wraz z całym imieniem i nazwiskiem, np. prezydent RP Aleksander Kwaśniewski; premier Marek Belka; lider Prawa i Sprawiedliwości Jarosław Kaczyński.

Te same różnice występują w przypadku używania pozornie grzecznościowej formy pan/pani. W wypowiedziach dotyczących OBCYCH połączenia Pan Oleksy; Pani Beger; Pan Lepper zostają przez nadawcę propagandowego obudowane kontekstem, który nie pozostawia złudzeń, co do ich ironicznego charakteru. Opisane wydarzenia lub wypowiedzi, których autorem są wrogowie polityczni, wprowadzane w ten sposób, zamiast szacunku i aprobaty – zgodnie z istotą ironii – wyrażają pogardę i dezaprobatę, np. jak raczyła zauważyć Pani Beger; jak odważył się stwierdzić Pan Oleksy. Natomiast w odniesieniu do grupy SWOICH wyraz pan/pani w połączeniu z nazwiskiem w zasadzie nie występuje, bo w miejsce tego określenia pojawia się imię lub nazwa stanowiska czy funkcji.

Jednak szczególną wartość propagandową mają osobowe nazwy własne użyte metaforycznie. Dyskredytowanie wroga odbywa się więc bardzo często przez wymianę jego imienia i nazwiska na nazwę własną znanej z historii postaci, która zasłynęła ze złego, strasznego, okrutnego postępowania. W propagandzie socjalistycznej większość przywódców krajów kapitalistycznych była określana mianem Hitlera, np. nowy niemiecki Hitler; amerykański Hitler. Swoistą „karierę” w mediach zrobiła w latach dziewięćdziesiątych wypowiedź R. Bendera o J. Urbanie, w której określił go mianem Goebelsa stanu wojennego, czy negatywno-ironiczne nazywanie Mariana Krzaklewskiego polskim Duce lub naszym Duce przez przeciwników politycznych. Z kolei przywódców SWOICH mianuje się nowym Napoleonem; drugim Leninem; polskim Cezarem, doprecyzowując dzięki odpowiednio dobranemu kontekstowi ich wyjątkowe zdolności przywódcze i organizacyjne.

Metaforyczne użycie nazw własnych w odniesieniu do osoby jest już rodzajem przewiska, wskazania połączonego z charakterystyką wartościującą. Propaganda polityczna wyzyskuje w tym celu przede wszystkim etykiety językowe. Już A. Schopenhauer (Schopenhauer 1973) dowiódł, że proces nazywania ma niejednokrotnie motywację perswazyjną. Aby osiągnąć pewien doraźny cel, dopuszczał formułowanie np. skonwencjonalizowanych inwektyw, opierających się na postrzeganiu twierdzeń przeciwnika jako wrogich. Współcześnie taki proces perswazyjnego nazywania określa się mianem etykietowania. Jednak od czasów Schopenhauera rozumienie pojęcia nazw-etykietek uległo zmianie.

Obecnie etykieta językowa to nie „obrażające zarzuty czy zniewagi słowne kierowane pod czyimś adresem”, ale „okazjonalne opisowo-wartościujące nazywanie różnych bytów, motywowane perswazyjnie, tj. służące przekazywaniu odbiorcom określonych wartości, używane dla określenia tych samych bytów przez innych nadawców lub wprowadzone z myślą o takim użyciu” (Kochan 1994). Są one połączeniami nazw własnych lub rzeczowników pospolitych z przymiotnikami i wyrażeniami oceniającymi, które nie mają przede wszystkim na celu wskazywania danej osoby czy zjawiska, ale ich ocenianie i charakteryzowanie. Biorąc pod uwagę strukturę tych wyrażen na poziomie tekstu, wyróżnia się m.in. etykiety jednowyrazowe, które posiadają wbudowane nośniki oceniające. Ze względu na krótką formę są one dla odbiorcy najprostsze do zapamiętania. Często są to nazwy wywodzące się z języka potocznego o dosadnym, rzadziej wulgarnym, nacechowaniu, np. wróg; oszołom; zbrodniarz; szaleniec; czerwony; komuch; dewot; krętacz. W znaczeniu tych określeń akcentowane jest przez nadawcę negatywne wartościowanie przeciwnika politycznego z punktu widzenia różnorodnych kryteriów aksjologicznych (społecznego – egoista, odludek, sknera; pragmatycznego i perfekcjonistycznego – nieudacznik, lewus, zawalidroga; estetycznego i hedonistycznego – potwór, straszycło, glizda), a za najważniejsze uznawane są intelektualne (oszołom, wariat, idiota), etyczne (zbrodniarz, morderca, przestępca), religijne (dewot, ateista, przechrzta) i polityczne (komuch, czerwony, nacjonalista). Innym rodzajem są etykiety peryfrastyczne, zwane opisowymi. Zwykle służą one do przedstawiania negatywnego obrazu OBCYCH, a przez swoją bardziej rozbudowaną formę dają pełniejszy obraz OBCEGO i mają większą siłę perswazji, np. podżegacze wojenni; zapluty karzeł reakcji; przyjaciele Moskwy; najśłynniejszy elektryk; Jezus Maria Rokita; słodki Maniś; łysy z SLD. Taka peryfrastyczna wypowiedź składa się zwykle z trzech części: przedmiotu etykietowania, obudowy i etykiety. Istotną rolę pełni obudowa, dzięki której nadawca w razie konieczności może np. wycofać się z użytej etykiety, a takie sformułowania jak: obawiam się użyć tego określenia, mówią mi o nim często mogą być dla niego swoistego rodzaju alibi. Dzięki takim zabiegom nadawca może kreować się jako osoba przyjaźnie usposobiona do opisywanej osoby lub zjawiska. Niejednokrotnie takie działanie wzmacnia wymowę użytej etykiety.

Ze względu zaś na wartość aksjologiczną etykietek językowych dzielą się one na: pozytywne i negatywne. Etykietki pozytywne charakteryzujące SWOICH, budowane są przy użyciu przymiotników i rzeczowników, które jednoznacznie wskazują na pozytywne wartościowanie, np. nauczyciel narodów; przyjaciel dzieci; nasz ukochany ojciec; chorąży pokoju. Intensywność wskazanych cech wzmacnia odwoływanie się nadawcy do stereotypowych i schematycznych określeń bazujących na kulturowej opozycji SWÓJ – OBCY. Jednak, aby móc utożsamiać się ze SWOIMI, konieczne jest znalezienie kontrpunktu, OBCEGO, który będzie zaprzeczeniem wszystkich pożądaných przez daną społeczność wartości. Taką identyfikację umożliwia pejoratywnie nacechowany w tekstach propagandowych wizerunek OBCYCH, oparty w dużej mierze na negatywnych etykietkach językowych. Ich prymarną funkcją nie jest informowanie, ale dostarczanie odbiorcy opinii o OBCYM. Ujemne wartościowanie poprzez „przyklejanie” etykietek na stałe wprowadza do świadomości odbiorcy znak równości pomiędzy użytą nazwą i jej negatywną oceną, np. partia koleśi; kraje sprzedane bankierom zza oceanu; grupa trzymająca władzę.

Identyfikowanie przez nazwy własne połączone z charakterystyką zawartą w etykietkach językowych jest bardzo skutecznym, ale mającym głównie charakter wprowadzający, retorycznym działaniem propagandowym. Pozwala ono zorientować się odbiorcom, kogo należy zaliczyć do przeciwników politycznych, bo są OBCY, a kogo uznać za sojuszników, ponieważ należą do SWOICH. Jednak kształtowanie opinii i postaw odbiorców w tekstach propagandowych opiera się przede wszystkim na bardziej wyrazistych, semantycznych mechanizmach językowych, a zwłaszcza na wykorzystywaniu metafor pojęciowych.

Wojna, choroba, droga i budowla – metaforyczne zaplecze propagandy

Retoryka jest tą dziedziną działalności komunikacyjnej człowieka, która jako pierwsza dostrzegła wartość perswazyjną metafory, podkreśliła jej skuteczność i efektywność komunikacyjną, odcinając się od popularnych w tradycji humanistycznej poglądów, które zauważały jedynie jej ornamentowość i literackość. Z kolei na początku lat osiemdziesiątych XX wieku językoznawcy – G. Lakoff i M. Johnson (1988) – przypisali

metaforze wartość poznawczą, uznali ją za mechanizm pozwalający człowiekowi zrozumieć i zinterpretować otaczający go świat. Te cechy procesu metaforyzacji i jego wyniku – metafory – powodują, iż propaganda polityczna wykorzystywała i wykorzystuje ten zabieg semantyczny jako skuteczny środek retoryczny, dzięki obrazowości, konkretności, selekcyjności, wbudowanemu wartościowaniu i mocy perswazyjnej obrazu rzeczywistości skonstruowanego w oparciu o przenośnię.

Propaganda polityczna przedstawia wydarzenia i zjawiska, które zgodnie z jej istotą, powinny być odległe i nieznanne odbiorcy przekazu, a nawet jeśli dotyczą spraw mu znanych, powinny w tekście propagandowym nabrać wymiaru ponadjednostkowego i abstrakcyjnego. W celu ukrycia tego dążenia nadawców przed adresatami wypowiedzi twórcy komunikatów propagandowych wykorzystują metafory pojęciowe, które pozornie mają przybliżyć odbiorcom świat wielkiej polityki, objaśniać istotę zachodzących w państwie przemian gospodarczych czy społecznych. Zamiast tego tworzą one jednak nowy, zgodny z wyznawaną przez władzę ideologią, obraz rzeczywistości, który dzięki dobrze wykorzystanym zabiegom retorycznym za swój uznają także odbiorcy.

Najczęściej propaganda polityczna posługuje się metaforą wojenną. OBCY są okreśłani mianem wrogów, dywersantów, najemników, z którymi prowadzi się wojnę, walczy, toczy bitwy, zmusza do kapitulacji, wygrywa i zwycięża, ponieważ SWOICH prowadzi do walki wódz, przywódca, strateg, chorąży. Warianty określeń i związków wyrazowych aktualizowanych w tekstach propagandowych wykorzystujących tę metaforę są bardzo różnorodne i niemalże nieograniczone (Nowak 2002). Popularność wojennej metaforyki w propagandzie politycznej można wytłumaczyć dwoma czynnikami. Po pierwsze, ujawnia ona determinację organów sprawujących władzę, potwierdza jej siłę i dążenie do naprawy rzeczywistości. Wojna jest bowiem zjawiskiem dynamicznym, wymagającym od jej uczestników odwagi i poświęcenia, a ponieważ efektem prowadzenia walki ma być w wypowiedziach nadawców pokój lub poprawa warunków życia społeczeństwa, jest to zawsze ze strony SWOICH „wojna sprawiedliwa”. Po drugie, linia frontu, dwa przeciwne obozy, które pojawiają się w przestrzeni komunikacyjnej dzięki tej metaforze, wzmacniają propagandową polaryzację świata na ‘zły, wrogi

i okrutny', w którym żyją i który chcą wprowadzić OBCY, i 'dobry, przyjazny i szlachetny', który nastanie po zwycięstwie SWOICH. Trudno w tej sytuacji nie przyjąć za lepszą rzeczywistości proponowanej przez władzę, tym bardziej, że zawsze jej przedstawiciele podkreślają, iż nie chcą wojny, są do niej zmuszeni przez agresję OBCYCH.

Wojenna interpretacja świata uzupełniana jest w propagandzie przez inne metafory pojęciowe, które najczęściej jako temat pomocniczy wykorzystują konotacje i znaczenia określeń zaczerpniętych ze słownictwa związanego z chorobą, podróżą i budowlą.

W tekstach propagandowych OBCY jest opisywany bardzo często jako chory. Jego poglądy i idee są nazywane zarazą, epidemią, trucizną, a ich zwolennicy i sojusznicy są chorzy z nienawiści, zarażeni podłością, dotknięci ślepotą polityczną. Brakuje im dawki zdrowego rozsądku, nie umieją znaleźć lekarstwa/antidotum na bezrobocie/puste półki czy wybrać odpowiedniej kuracji. Tymczasem SWOI są właśnie znakomitymi lekarzami. Popierana przez propagandę władza lub partia doskonale wie, jak uzdrowić polską gospodarkę, które gałęzie przemysłu poddać kwarantannie, w jaki sposób dozować środki z Unii Europejskiej. SWOI znają po prostu receptę na sukces i nie boją się kosmetycznych, chirurgicznych cięć. Oczywiście, swój świat i żyjących w nim ludzi zawsze prezentują jako zdrowych i szczęśliwych (zdrowe społeczeństwo; socjalizm daje nam siłę).

Polaryzację propagandowego świata ujawnia także metafora podróży/drogi. OBCY znajdują się na złej drodze, błądzą po bezdrożach, poruszają się we mgle, napotykać bariery i przeszkody, idą w złym kierunku, gubią się w nieprzemyślanych decyzjach. SWOI wytyczyli właściwą drogę rozwoju i przemian, proponowane przez nich zmiany idą w dobrym kierunku, szybko zacierają/kroczą ku Europie, nie muszą zawracać z właściwej drogi. Zawdzięczają to mądrej władzy, przewodnikowi, przywódcy, który wie dokąd zacierają, a celem marszu jest świetlana przyszłość.

Dążenie do wojny, choroba i źle wybrana droga doprowadzają OBCYCH do ruiny gospodarczej, burzenia ustalonego, dobrego porządku i grabieży wspólnego domu. Przywołana w ten sposób metafora budowlania pozwala także nadawcy tekstu propagandowego ukazać SWOICH jako tych, którzy pragną wzmocnienia fundamentów szczęścia i powodzenia obywateli.

Określają więc siebie mianem budowniczych, inżynierów nowego porządku, zaś swoją działalność polityczną nazywają budowaniem wspólnego domu, cementowaniem związków między społeczeństwem i rządem, wznoszeniem budowli, która przetrwa wieki.

Wybrane zakresy semantyczne metaforyki propagandowej współgrają ze sobą, wzajemnie się dopełniają, ponieważ oparte są na koherencji wewnętrznej i zewnętrznej. Rozbudowanie jednej z opisanych metafor, możliwość wykorzystania w komunikacji propagandowym całego zasobu słownictwa związanego z wojną, chorobą, podróżą czy budowlą dla przedstawienia ideologicznego obrazu świata określane są mianem koherencji wewnętrznej. Dzięki rozbudowaniu tych metafor odbiorca otrzymuje spójną i przekonującą opinię, którą bardzo trudno zanegować. Jednocześnie wszystkie metaforyzowane zjawiska dopełniają się wzajemnie, są wobec siebie komplementarne i koherentne zewnętrznie. Ten sam fakt, bez uszczerbku dla jego propagandowej wymowy, nadawca może przedstawić w każdym z przywołanych powyżej pojęć albo odwołać się w jednej wypowiedzi do nich wszystkich, nie są one bowiem sprzeczne, nie mają różnego wartościowania, tylko tworzą razem spójną, nacechowaną aksjologicznie wizję rzeczywistości.

Skuteczność tej formy komunikacji z odbiorcą masowym wzmacnia także obecność w znaczeniu metaforyzowanych słów komponentów wartościujących związanych z metaforyką orientacyjną. Działania OBCYCH skierowane są do dołu (burzenie, ruina, upadek, pogłębianie kryzysu gospodarczego) i w tył (patrzą w przeszłość, cofają się za barykady, zawracają z obranej drogi), a w kulturze europejskiej i amerykańskiej taka orientacja działań jest wartościowana negatywnie. Natomiast SWOI poruszają się do przodu (rozwój, idziemy w dobrym kierunku, widzimy przed sobą cel naszych dążeń) i w górę (wznosimy wspólny dom, osiągnęliśmy kolejny poziom rozwoju, wzrastają dochody obywateli, rosną społeczne aspiracje), a więc robią coś bezwzględnie dobrego i korzystnego.

Nagromadzenie, skumulowanie wielu metafor w tekście propagandowym powoduje, że przekonywanie odbiorcy ma charakter jawny, ale nie jest przytłaczające czy nadmiernie „nieprzezrocyste”. Wykorzystywane przez władzę metafory są bowiem „startymi”, spotykanymi we wszystkich typach wypowiedzi metaforami językowymi,

które w sposób nie do końca uświadomiony przez odbiorcę determinują jego interpretację rzeczywistości.

Repetitio mater studiorum est – schematy, szablony i stereotypy językowe w tekstach propagandowych

Zjawisko „ścierania” metafor, zmniejszania ich wyrazistości przez ich nagromadzenie i ciągłe wykorzystanie w tekstach pokazuje jeszcze jedną właściwość języka propagandy – szablonowość i schematyczność. Stylistyczne ukształtowanie komunikatu propagandowego opiera się na konwencjonalizacji, nieustannym reprodukowaniu i wielokrotnym przywołaniu środków retorycznych zatwierdzonych przez nadawców instytucjonalnych. Poza sięganiem do ograniczonego zasobu metafor i etykietek językowych nadawca, reprezentujący władzę, chętnie korzysta więc także z frazeologizmów, które zwiększają obrazowość, wyrazistość wypowiedzi i nadają jej wartość emocjonalną. Zaletą stałych związków frazeologicznych z perspektywy propagandy jest ich schematyczność i konkretność, która pozwala w przekonujący i skuteczny sposób ukazywać odbiorcy ideologiczną wymowę interpretowanych wydarzeń. Ważne jest także to, iż ich źródła i geneza nawiązują do pojęć, z których korzysta metaforyka propagandowa, wzmacniają więc one ponownie koherencję i jednoznaczność wypowiedzi. Propaganda sięga zatem do związków, które wiążą się z tradycją rycerską (z otwartą przyłbicą, rzucić/podnieść rękawicę, wrócić z tarczą/na tarczy, stanąć w szranki) oraz z torturami (wieszać na kimś psy, ciągnąć kogoś za język, zalać sadła za skórę, chłostać/smagać biczem krytyki), ponieważ wywołują one skojarzenia z wojną i wzmacniają wizję walki. Nadawcy tych tekstów wykorzystują także frazeologizmy odwołujące się do obyczajów, doświadczeń i obserwacji świata, gdyż nadają one prezentowanym przez nich zjawiskom bardziej wymierny i konkretny charakter (wróg został przyparty do muru, próbuje złapać oddech, miota się jak pies w studni, szuka ostatniej deski ratunku). Ze względu na właściwości odbiorcy podatnego na perswazję związki frazeologiczne stosowane są najczęściej w wersji kanonicznej (Pajdzińska 1993). Tylko z rzadka pojawiają się modyfikacje, kontaminacje i aluzje frazeologiczne, gdyż odbiorca mógłby

nie wyinterpretować prawidłowo tych zmian i potraktować je jako błędy, podważające kompetencję nadawcy.

Poza wykorzystaniem stałych połączeń wyrazowych i powtarzaniem konstrukcji metaforycznych szablonowość tekstów propagandowych opiera się także na wykreowaniu przez nadawcę instytucjonalnego zbioru słów sztandarowych (słów-kluczy), które najtrafniej, zgodnie z wyznawaną ideologią, charakteryzują świat OBCYCH i SWOICH. Negatywnymi słowami sztandarowymi, które narzucają ocenę rzeczywistości tworzonej przez przeciwnika politycznego, są słowa: kryzys, nędza, zacofanie, zaprzaństwo, nienawiść, prześladowania, niewola, konserwatyzm, układ, które umieszczone we właściwych kontekstach nie pozwalają odbiorcy na inną, niż skrajnie negatywną ocenę działań OBCYCH. Zgodnie z tezą o polaryzacji rzeczywistości w tekstach propagandowych świat SWOICH to rzeczywistość rozwoju, postępu, dobrobytu, nowoczesności, przyjaźni, braterstwa, solidarności, wolności, tolerancji i demokracji. Umieszczanie ich we wszelkich możliwych kontekstach, odmienianie przez wszystkie przypadki prowadzi do utrwalenia takiego obrazu świata w świadomości zamierzonych odbiorców.

Szablonowe i służące propagandzie jest także wykorzystanie aspektu gramatycznego wypowiedzi (Głowiński 1990). Nadawca konsekwentnie stosuje w swoich komunikatach MY inkluzywne, które czyni odbiorców pozornymi współtwórcami interpretowanej rzeczywistości (zbudowaliśmy, dążymy, osiągnęliśmy, my, nasz, nasze), a mówiąc o OBCYCH używa formy oni (próbowali, ich knowania, burzyli spokój). W podobny sposób wykorzystywane są także wielkie kwantyfikatory. Działalność SWOICH charakteryzują określenia: wszyscy, każdy, zawsze, a z OBCYMI kojarzą się słowa: nikt, nigdy, żaden.

Schematyczność tekstów propagandowych można dostrzec w zasadzie na wszystkich poziomach tekstu (zdrobienia i zgrubienia, paralelizmy składniowe, wyliczenia i potoki składniowe, synonimia i antonimia, definicje perswazyjne), ponieważ skuteczność takiej formie komunikacji gwarantuje przede wszystkim wierne wypełnianie rytuału i magiczność wypowiedzi (Nowak, Olejnik 2001: 27–48). Oczywiście, są to magiczność i rytuał pozbawione wymiaru nadprzyrodzonego, który zostaje wykluczony przez pozornie logiczny i racjonalny opis wydarzeń i działań.

Miejsce sił nadprzyrodzonych zajmują: ideologia, partia i przywódcy polityczni. Wynika to m.in. z tego, że modyfikacji ulegają uwarunkowania kontekstu pragmatycznego, ponieważ odbiorca nie może mieć świadomości, że uczestniczy w rytuale. Poza tym wprowadzane przez nadawców zmiany odbywają się z pozoru w świecie realnym, rzeczywistym, dotyczą spraw codziennych, socjalno-bytowych i politycznych. W zasadzie jednak mają one charakter czysto świadomościowy. Następuje bowiem próba dokonania zmian w postawach i poglądach zamierzonego odbiorcy, zawładnięcia umysłami odbiorców przez wykreowany w komunikatach propagandowych obraz świata.

Schematyczność, szablonowość i w efekcie rytuał oraz magiczność komunikatów propagandowych służą zastąpieniu informacji przez podkreślanie samego faktu istnienia przekazu i kontaktu pomiędzy uczestnikami aktu komunikacji. W rezultacie funkcja informacyjna ustępuje pola funkcji fatycznej i deklarycyjnej, co powoduje kostnienie i formalizację gramatyczną języka (Bralczyk 1987) oraz wywołuje potrzebę wiernego realizowania wybranej strategii komunikacyjnej.

Strategie komunikacyjne w propagandzie politycznej

Pełną kontrolę nad procesem komunikacji i przestrzenią porozumiewania się ze społeczeństwem osiągają nadawcy propagandowi przez opracowanie i dokładne wypełnianie odpowiedniej strategii komunikacyjnej. Dzięki szczegółowemu zaplanowaniu przebiegu komunikacji z odbiorcami władza usprawiedliwia swoje istnienie i legitymizuje swoje działania. Poza tym konsekwentnie dąży do wywołanie akceptacji dla swoich działań ze strony społeczeństwa i utrzymuje z nim jednorodny kontakt. To także sposób zmanifestowania mocy władzy, która stwarza warunki dla uzyskania posłuchu wśród obywateli. Odpowiedni sposób komunikacji może także mobilizować odbiorców do zgodnego z oczekiwaniami nadawcy działania lub „zamulać” kanał komunikacyjny, czyli nie dopuszczać do pojawiania się w przestrzeni komunikacyjnej innych, niepożądanych z punktu widzenia władzy treści.

Podstawową metodę wykorzystywaną przez władzę i instytucje w komunikacji ze społeczeństwem tworzą scenariusze porozumiewania się

określane mianem manifestacji mocy (Bralczyk 1991: 105–114). O ich popularności decyduje wymowa przekazywanych w ten sposób odbiorcy zamierzonemu wypowiedzi – ‘jesteśmy najsilniejsi, dajemy poczucie bezpieczeństwa, pokonamy każdego wroga’. Warunkiem skuteczności takiego sposobu uprawiania propagandy jest używanie takiego samego języka jak wyobrażony odbiorca (tożsamość językowa) oraz przestrzeganie rytuału. Najczęściej manifestacja mocy ujawnia się w hasłach i sloganach politycznych: Siła partii, siłą narodu; Wszyscy ludzie walczą o pokój; Nasz cel – stały postęp i ciągły rozwój.

W innych sytuacjach nadawcy wykorzystują strategię zerwania z dawnym rytuałem, manifestacji walki ze starym językiem, np. Poprzedni rząd uprawiał demagogię i propagandę polityczną, nadszedł wreszcie czas prawdy i szczerości; Kapitałiści mamili ludzi wizją dobrobytu i pokoju; Zamiast troszczyć się o sprawy zwykłych ludzi, na górze trwała walka o stołki.

Równie efektywne jest manifestowanie potrzeby wspólnego języka, pozorne włączanie odbiorców w tworzenie właściwego modelu komunikowania, np. Każdy z nas ma prawo wiedzieć, na czym mają polegać te zmiany; Czas wyjaśnić ludziom, jakie są zalety i wady proponowanych reform; Wszyscy muszą poznać i zrozumieć istotę zachodzących w Polsce zmian.

Interesującym sposobem przekonywania odbiorców do określonych postaw i poglądów władzy oraz centrów decyzyjnych jest strategia indywidualizacji języka (wielorakość języków). Przedstawiciele rządu mówią o tych samych zagadnieniach w różny sposób, stosują inne środki retoryczne, są identyfikowani dzięki własnemu stylowi wypowiedzi, np. metaforyka erotyczna Leszka Millera; „chłód” komunikacyjny Leszka Balcerowicza; kwiecistość stylu Jana Marii Rokity czy Andrzeja Potockiego.

Powiązana ze strategią manifestacji mocy i indywidualizacji języka jest komunikacja oparta na scjentyfikacji wypowiedzi i manifestowaniu kompetencji władzy. Wykorzystanie w propagandzie politycznej zasobu słownictwa rzadko stosowanego przez odbiorców oraz żonglowanie przez nadawców terminami politologicznymi, gospodarczymi i społecznymi prowadzi do zbudowania w świadomości adresatów przekonania o kompetencji i profesjonalizmie rządzących.

Ryzykowną, ale uwiarygodniającą przekaz, jest strategia identyfikacji przez treści negatywne. Pozorne przyznawanie się do błędów, podkreślanie istnienia trudności (oczywiście, przejściowych), konieczności wprowadzenia korekt (naturalnie, drobnych) w planach i reformach gospodarczych i społecznych zbliża władzę do odbiorców, nadaje jej „ludzki” wymiar.

Dotychczas przywołane strategie propagandowe łączy dążenie organów władzy do wywołania u odbiorców zamierzonych aprobaty dla działań i zamierzeń nadawcy instytucjonalnego, która jest podstawowym celem działalności propagandowej. W pełnym pozyskaniu zaufania społecznego pomagają władzy także aktywizacja społeczeństwa oraz zamulanie kanałów komunikacyjnych.

Nakłanianie odbiorców do podjęcia działań odbywa się przede wszystkim przez formułowanie apeli, odezw, wygłaszanie orędzi czy przemówień okolicznościowych, w których pojawiają się formy trybu rozkazującego i wykorzystywane jest MY inkluzywne. Dzięki strategii aktywizacji społeczeństwa nadawca tekstów propagandowych czyni pozornie odbiorców współtwórcami rzeczywistości politycznej, na niby „oddaje władzę w ich ręce”.

Ostatnia ze strategii – zamulanie kanałów komunikacyjnych – jest stosowane przez rząd w sytuacji zagrożenia, gdy jakieś wydarzenie może doprowadzić do zachwiania stworzonego przez nią ideologicznego obrazu świata. Realizacja tej metody komunikacji może przybierać dwie formy. Po pierwsze, nadawca intensyfikuje i zwiększa liczbę komunikatów poświęconych niebezpiecznemu z jego punktu widzenia faktowi, ale prezentuje go w sposób, który nie pozostawia miejsca na wątpliwości odbiorców i przekonuje ich o słuszności działań władzy w tej sprawie (dyskusja o wejściu Polski do Unii Europejskiej i kampania pronijna przed referendum akcesyjnym; strajki i ich tłumienie). Po drugie, w miejsce informacji i opinii o tym wydarzeniu, pojawiają się teksty poświęcone innym zjawiskom, zostaje wprowadzony w przestrzeń komunikacyjną „temat zastępczy” (huczne obchody dożynek w PRL, gdy na półkach brakowało podstawowych produktów spożywczych), a fakty niekorzystne dla rządu są z niej usuwane i konsekwentnie pomijane (działalność szpiegowska na rzecz państw kapitalistycznych znanych postaci życia społecznego w czasach socjalizmu; kryzysy gospodarcze).

Ryzyko rozpoznania przez odbiorców realizowanej strategii, a tym samym osłabienie skuteczności uprawianej propagandy, powoduje, iż w większości komunikatów pojawia się jednocześnie kilka z omówionych metod, które wspólnie utwierdzają odbiorcę w przekonaniu o słuszności podejmowanych przez władzę decyzji.

Podsumowanie

Retoryka propagandy politycznej mogłaby i jest bardzo często określana mianem brudnej bądź fałszywej retoryki. Zwolennicy tego poglądu podkreślają jej manipulacyjność, nazywają nowomową, LSD, drewnianym językiem. Niewątpliwie trudno znaleźć w tekstach propagandowych ślady perswazji czy prawdziwej troski o dobro odbiorcy. Jednocześnie jednak trzeba mieć świadomość, że skuteczna, efektywna propaganda musi być realizowana zgodnie z zasadami i regułami komunikacji retorycznej. Propaganda polityczna wykorzystuje bowiem te same mechanizmy, tropy i figury, którymi posługuje się retoryka od czasów starożytnych. Różnicę obu sposobów wywierania wpływu na odbiorców określa nie jakość wykorzystanych środków, tylko ich ilość i oryginalność.

Propaganda polityczna to jawna komasacja, nagromadzenie i świadome uwypuklenie wykorzystywanych przez retorykę chwytów. Intensyfikacja działań retorycznych do tego stopnia, iż łatwo wykpić i ośmieszyć sposób takiej komunikacji (kabarety polityczne lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX w., poezja S. Barańczaka czy R. Krynickiego), bo nietrudno dokonać jej parodii czy trawestacji. Rodzi się zatem pytanie, dlaczego przybiera taką formę i skąd bierze się jej skuteczność? Odpowiedzią jest charakterystyka zamierzonego odbiorcy tekstu propagandowego, w której widać, iż większość działań propagandowych ukierunkowana jest na przekonanie odbiorcy masowego, podatnego na perswazję, dla którego wszechobecne wartościowanie, intensyfikacja mechanizmów językowych jest zaletą, a nie wadą czy niedoskonałością wypowiedzi. Dzięki szablonowości, schematyczności oraz powtarzaniu tych samych sformułowań we wszystkich możliwych kontekstach rzeczywistość, w której żyje, staje się dla niego zrozumiała i bezpieczna, a on sam zyskuje status pełnoprawnego członka społeczeństwa.

Współczesne sukcesy komercyjne i polityczne osób oraz instytucji, które z perspektywy odbiorcy niepodatnego na perswazję uprawiają „wzorcową” propagandę, potwierdzają, iż zawsze w przestrzeni komunikowania społecznego znajdzie się miejsce dla tej złej retoryki i że nie odeszła ona do przeszłości, ale można ją spotkać w bardziej lub mniej zawoalowanej formie wszędzie, gdzie władza komunikuje się ze społeczeństwem.

Michał Rusinek

Retoryka a psychologia

Co może mieć wspólnego humanistyczna retoryka z naukami ścisłymi czy społecznymi?

Zacznijmy od średniowiecznego pomysłu na podział nauk, zwanych wyzwolonymi (*artes liberales*), będących także (przynajmniej w teorii) stopniami edukacji. Z grubsza rzecz biorąc, chodziło w nim o to, by zacząć edukację od kursu posługiwania się językiem, czyli trivium, rozpoczynającego się od poznania zasad gramatyki, następnie retoryki, czyli mówienia zarazem przekonującego, jak i ładnego, a na końcu logiki (lub dialektyki), która jest sztuką mówienia nie tylko poprawnego, ładnego i przekonującego, ale i sensownego, dorzecznego. Można więc zauważyć, iż pierwsze dwa stopnie edukacji uczą mówienia o czymkolwiek, o byle czym – a dopiero na końcu uczonego tego, jak mówić o tym, co znajduje się poza językiem, jak uruchomić funkcję referencjalną i mówić prawdy o świecie. Dopiero po zaliczeniu kursu logiki (dialektyki), zamykającego nauki „trywialne”, można było rozpocząć naukę na poziomie quadrivium, obejmującym już nie nauki o języku, lecz o świecie. Logika (dialektyka) stanowiła swego rodzaju pomost między jednym a drugim poziomem edukacji.

Zakres działania gramatyki i retoryki nie ograniczał się więc do dziedzin humanistycznych. W przypadku gramatyki jest to oczywiste – każda wypowiedź, także niehumanistyczna, powinna być poprawna gramatycznie. I sensowna, czyli logiczna. No i przekonująca, a więc stosująca się do zasad retoryki. Tak się jednak stało, iż słowo „trywialny” przestało oznaczać „trójdroże” podstawowej edukacji, a zaczęło oznaczać coś banalnego i oczywistego. Dla poważnych naukowców zajmujących się naukami ścisłymi czy społecznymi to przecież oczywistość i banał, że do mówienia i pisanie o przedmiocie swych badań posługują się językiem. Język to tylko forma, a ważna jest przecież treść. Forma czyli styl może obchodzić co najwyżej literaturoznawców – to w literaturze liczy się

sylaby, układ akcentów, ocenia dobór środków stylistycznych. A w dyskursie naukowym? Czysta nedorzecznosc!

Retoryka została więc – by użyć terminu jednego z najwybitniejszych jej badaczy – „zliteraturyzowana” (Kennedy 1980), ograniczono zakres jej funkcjonowania wyłącznie do literatury. Tym samym stała się poniekąd poetyką. Język dyskursu naukowego powinien być przecież jak przezroczysta szyba, przez którą ma być jak najwyraźniej widać opisywaną przez ten dyskurs rzeczywistość. Wszystkie środki stylistyczne, wszystkie „ornamenty”, są tu nie na miejscu, jak śmieć, jak plama na szybie. A jeśli tak się złożyło, że w jakimś naukowym tekście się znalazły, to nie ma co się nad nimi zbyt głęboko zastanawiać, nazywać i opisywać. Należy je systematycznie marginalizować i nadal dziarsko patrzeć przed siebie... Co innego – literatura. Tam jest miejsce tropów, figur, toposów itp. Na szybie literatury, której daleko do przejrzystości, można spokojnie badać plamy i ich układy, nie martwiąc się, że utrudniają nam oglądanie widoku.

A co z argumentacją? Z perswazją? Przecież perswazja to nie jest *differentia specifica* literatury, ale właśnie tekstów nieliterackich. Wydawałoby się za to, że nawet właśnie tekstów naukowych. Racja, ale model, który przyjęły nowożytne nauki ścisłe, opierał się na dowodach, a nie argumentach, a więc wystarczała mu logika. Oczywiście wystarczała tylko do modelu. Gdyby w rzeczywistości nauka ograniczała się np. do wnioskowania dedukcyjnego, to szczególnie daleko by nie zaszła. Dowody trzeba podeprzeć argumentami, a do swoich naukowych koncepcji trzeba umieć przekonać. Niemniej jednak prymat dowodzenia nad argumentacją sprawił, że i tę funkcję retoryki usunięto z obszaru zainteresowań naukowców. Tak pojmowaną retorykę oddano do użytku politykom i prawnikom.

To się jednak zmieniło za sprawą tzw. zwrotu językowego, jaki dokonał się mniej więcej w połowie XX wieku w filozofii i innych naukach (The Linguistic Turn 1964). Polegał on na uświadomieniu sobie, iż zarówno podstawowe pojęcia, którymi posługują się owe nauki, jak i procedury badawcze, które stosują – są skażone językowością (McCloskey 1982). Struktury językowe ograniczają nasze poznanie, a wszelkie rewolucje w nauce uzależnione są od zmiany (wymiany) pojęciowego „słownika”. Co więcej, środki stylistyczne – takie jak figury czy tropy – pojawiają się

nie tylko w literaturze, ale i w tekście naukowym, i to często nie z woli autora tego tekstu, ale jako swego rodzaju „dobrodziejstwo inwentarza”: jeśli posługujemy się językiem, to musimy mieć świadomość, iż jest on z natury pełen np. metafor. W literaturze takie metafory są niewinnym ornamentem. W nauce – plamami, których nie da się wywabić, bo stanowią niezbywalne elementy języka. Elementy, które skatalogowała i opisała retoryka.

Czym jest retoryka? Chyba najwyższy czas, żeby postawić to pytanie. Otóż z retoryką jest problem omalże natury gramatycznej: stosunkowo łatwo mówi się o niej w czasie przeszłym (snując jej historię) i dość chętnie – w czasie przyszłym (rysując na konferencjach naukowych jej perspektywy i stawiając przed nią szereg zadań), natomiast pewną trudność sprawia powiedzenie o niej w czasie teraźniejszym: czym jest? Być może dlatego retoryka wymyka się definicjom, iż jest bytem wewnętrznym sprzecznym, a takie byty definiować się nie dają. Retorykę trzeba dziś bowiem rozumieć dwojako. Jest to przede wszystkim pewna wiedza i umiejętność uświęcona tradycją, zajmująca określone miejsce wśród innych dziedzin nauki i mająca wyraziste funkcje (perswazyjno-komunikacyjne). Dziedzina, która nie jest jednak autonomiczna, lecz ściśle zespolona z filozofią (głównie epistemologią i etyką) – działa więc w imię Rozumu i ma za zadanie osiągać Prawdę i Dobro. Także i Piękno – dzięki czemu powiązana jest z estetyką. Tu pojawia się jednak niebezpieczeństwo. Z jednej strony piękno słowa działa w imię Rozumu, a więc jest jedynie środkiem do lepszego poznania. Z drugiej jednak strony to właśnie ornamentyka dyskursu (np. jego metaforyka) jest epistemologicznym „śmieciem” i stanowi zagrożenie dla funkcji poznawczej. Funkcja estetyczna ma to do siebie, że nie jest zależna od nadawcy komunikatu, a gdy choć raz dostrzeżemy – my, odbiorcy – jej podejrzaną działalność, to będziemy już zawsze wobec języka podejrzliwi.

Niebezpieczeństwo dla Rozumu tkwi w samej naturze języka, który nie całkiem daje się rozumowi podporządkować. Nie istnieje język czysto referencjalny, logiczny, przejrzysty, dosłowny. Jego mit obalił XX wiek, a ściślej modernizm. Niemniej już w starożytności można znaleźć ślady podobnych intuicji. Sam Kwintylijan pisał, iż „nie ma niczego, co nie byłoby figuralne” (*Institutio oratoria*, IX, 1, 10), a więc język, którym się posługujemy jest z gruntu retoryczny. Zapoczątkowane w XVIII wieku

badania nad pochodzeniem języka doprowadziły do wniosków – a w każdym razie hipotez – o jego pierwotnie retorycznym charakterze: „Ponieważ pierwszymi powodami, które skłoniły człowieka do mówienia, były namiętności, pierwsze wyrażenia były tropami. Język przenośny zrodził się jako pierwszy, sens właściwy zrodził się jako ostatni” – pisał Jan Jakub Rousseau, tłumacząc dalej, iż pierwsze nasze zetknięcie z jakimś nowym elementem rzeczywistości rodzi w nas namiętność, która podsuwa nam „złudny obraz” zamiast „wyobrażenia prawdy” (Rousseau 2001: 44). Język obrazowy, figuratywny poprzedza więc język dosłowny; dosłowność bierze się z zapomnienia o pierwotnej figuratywności.

Figuratywność okazuje się cechą nie tylko „pierwszej” mowy, ale i cechą uniwersalną. Nie ma języka mniej lub bardziej figuratywnego, jest tylko mniejsza lub większa świadomość figuratywności. Jeżeli jest mniejsza – a więc jeżeli zamykamy oczy na to, iż pojęcie, jakim się posługujemy, jest z natury tropem lub figurą – wówczas możemy – jak pisał Nietzsche – dojść do mniemania, iż jesteśmy posiadaczami prawdy (Nietzsche 1993: 186). Jeżeli jednak retoryczna świadomość jest większa – a więc jeżeli postrzegamy język jako wielowarstwową tkanę tropów i figur – wówczas mamy trudności z wyjściem poza język; grzęźniemy w nim i możemy osunąć się w szaleństwo.

I to właśnie drugie oblicze retoryki. Retoryki, która jest wręcz przeciwieństwem tamtej, uporządkowanej teorii komunikacji, gdyż podważa komunikacyjną funkcję języka: główną jej funkcją nie jest już bowiem komunikowanie prawd, nie przekonywanie do nich, lecz określanie niemożności ich komunikowania i niemożności poznania w ogóle. Nie jest to jednak żadna nowoczesna czy ponowoczesna „wersja” retoryki. Taka już jest natura retoryki, że ma niejako dwie strony: perswazyjną (zwróconą na zewnątrz, ku światu i drugiemu człowiekowi) i figuratywną (zwróconą ku wnętrzu samego języka). Co więcej, strony te pozostają we wzajemnym konflikcie: retoryka jako sztuka perswazji musi zapomnieć o retoryce figur, by pretendować do miana teorii komunikacji, gdyż figury tę komunikację zaburzają. Zarazem obie strony są od siebie uzależnione: retoryka perswazji z konieczności opiera się na tropach i figurach (które uniemożliwiają jej się zrealizować jako pewnemu systemowi); retoryka tropów i figur pasożytuje na retoryce perswazji,

gdyż korzysta z języka wykształconego do opisu jej systemu (choć sama ten system podważa).

Problemy wewnątrzretoryczne zostawmy jednak badaczom retoryki. Z naszego punktu widzenia ważniejsze jest ujawnienie podwójnej natury retoryki. Analogicznie do tej podwójności wyznaczmy sobie dwie płaszczyzny, na których w ogóle można mówić o relacjach między retoryką a psychologią. Retoryka rozumiana jako teoria komunikacji koncentruje się na ekstrawertycznej funkcji języka: mówi o tym, jak działać słowami, jak wpływać za ich pomocą na odbiorców, jak np. wzbudzać w nich takie czy inne stany emocjonalne – czyli jak wpływać na ich psychikę. Starożytność wymieniała trzy funkcje mowy retorycznej: *docere*, *delectare* i *movere*. Pierwsza z nich miała charakter czysto informacyjny, „rozumowy”, pozostałe – estetyczno-emocjonalny. *Delectare* i *movere* stanowiły podstawę tzw. teorii afektów, czyli w zasadzie jedyne elementy starożytnej retoryki, który *explicite* łączy się z psychologią. I tak Kwintyliusz, omawiając funkcję *movere*, pisał:

Dwa są rodzaje doznań: jeden Grecy nazywają *pathos*, drugi *ethos*. Afektem, a więc przez *pathos* określano uczucia gwałtowne, *ethos* zaś nazywano uczucia łagodne i stonowane; pierwsze nakazują, drugie przekonują; te niepokoją, tamte skłaniają ku życzliwości; niektórzy dodają, że *ethos* jest trwałe, a *pathos* chwilowe; ... oczywiście mógłbym dodać, iż *ethos* i *pathos* mają czasami tę samą naturę, a różnią się jedynie stopniem: np. miłość zmysłowa podpada pod *pathos*, miłość serca podlega *ethos*. (*Institutio oratoria*, VI, 2, 8; cyt. za: Lausberg 2002: 148)

Inny starożytny badacz dodawał:

Ethos jest niezmiennie: jest to bowiem usposobienie duszy głęboko zakorzenione i nie zatarte, jak uczucie rodziców względem dziecka. [...] Jest zaś *pathos* chwilowym stanem duszy, bardziej gwałtownym impulsem niż zmieniającym się odczuciem, jak litość, gniew, lęk, nienawiść, pożądanie. (*Institutio oratoria*, VI, 2, 8; cyt. za: Lausberg 2002: 149)

Jak to działa? Jak słowem wywołać zmianę stanu emocjonalnego? Żeby odpowiedzieć na to pytanie, trzeba już zajrzeć nieco głębiej – do teorii figuracji, czyli próby sklasyfikowania tych wszystkich „innych”, „odmiennych” sposobów używania języka, zwanych figurami retorycznymi czy tropami, jak np. metafora czy metonimia. To od nich zależeć będzie psychologiczny efekt. Retoryka perswazji zawsze próbowała wyznaczyć im konkretne zadania – byle tylko nie zakłócały poznawczej funkcji wypowiedzi; oto jedno z zadań.

Większość teorii figuracji opiera się na założeniu istnienia dwóch oddzielnych poziomów języka: dosłownego i figuratywnego, przy czym ową figuratywność traktuje albo jako ornament – coś dodanego do zwykłej wypowiedzi, albo jako odchylenie od zwykłego mówienia. Zwykłego, czyli potocznego, ale i zrównoważonego emocjonalnie: według Cyserona figury są bezpośrednimi znakami emocji mówcy, pozwalają się ujawnić jego odczuciom, a także wpłynąć na uczucia innych. A skoro im więcej figur, tym więcej namiętności – jasne więc, iż figury są nośnikami emocji.

Tak traktuje je między innymi Brian Vickers, jeden z najwybitniejszych historyków retoryki. Figury i tropy są to według niego „środki językowe, które zawierają – i uruchamiają – wiele możliwych relacji między znaczeniem a uczuciem” (Vickers 1988: 339). Nie znaczy to jednak, że konkretne figury mają konkretne korelaty w sferze uczuć; ich funkcja ekspresywna ma charakter potencjalny i uzależniona jest od kontekstu: jeśli na poziomie znaczeń mówi się o polisemii, na poziomie emocji Vickers proponuje mówić o „polipatii” figur, gdyż można im przypisać wywoływanie różnorodnych stanów emocjonalnych (Vickers 1988: 317). Pokazuje on ową polipatię na przykładzie figury aposiopesis, polegającej na nagłym przerwaniu zdania w połowie. Może to być znakiem złości, wątpliwości lub zakłopotania – w zasadzie nieskończonej ilości potencjalnych emocji, realizujących się w konkretnych kontekstach.

Figury nie są jednak jedynym nośnikiem emocji. Uczucia mogą zostać wyrażone bez rozpoznawalnych figur, ponieważ emocjonalna wartość wypowiedzi zależy w głównej mierze od kontekstu, od całej „sytuacji retorycznej”, uzależnionej tekstowo i pozatekstowo – nawet proste, „niefiguratywne” konstatacje mogą mieć charakter groźby lub wyrażać zakłopotanie. Tylko niektóre figury, jak właśnie aposiopesis, są do tego

stopnia naznaczone emocjonalnością, by zachować ją nawet w tekstach „zdekontekstualizowanych”. Generalnie jednak figury są tak samo potencjalnie ekspresywne, jak każdy inny element wypowiedzi – ekspresywność nie stanowi ich cechy dystynktywnej.

Być może trzeba więc traktować figury jako odchylenie? Powinny być wówczas znakami braku równowagi emocjonalnej, naśladującymi stany ludzkiej psychiki. Tak traktuje je właśnie Vickers:

Ludzie będący w gniewie krzyczą, zwracają się do innej osoby, do Boga lub do jakiegoś elementu krajobrazu, by był świadkiem ich cierpienia: gesty te znane są [retorykom] jako apostrophe lub exclamatio. (Vickers 1988: 269)

Figury retoryczne są więc zakorzenione w sytuacjach życia codziennego: z określonymi stanami emocjonalnymi odstępującymi od normy łączą się „naturalnie” pewne zachowania słowne, sygnalizujące zachwiania równowagi. Wystarczyłoby w zasadzie nałożyć na siebie psychologiczną klasyfikację stanów emocjonalnych i retoryczną klasyfikację figur: gdyby powstała wyrazista mapa wspólnych odchyień, można by mówić o szerokim wspólnym gruncie retoryki i psychologii.

Podstawowym problemem jest jednak owa „norma”: w gruncie rzeczy psychologię i retorykę łączy przede wszystkim wspólny grunt jałowy: ta sama niemożność, gdyż podobnie jak nie da się wyraźnie określić równowagi emocjonalnej, nie da się także wyznaczyć „zwykłego”, „normalnego”, nieemocjonalnego zachowania językowego. Przecież emocje tkwić mogą nawet w zdaniach najprostszych, niezawierających żadnego strukturalnego śladu emocjonalnego rozchwiania, jak konstatacje dotyczące pogody czy pozdrowienia. A jeśli nie istnieje tekst „bez emocji”, to nie można powiedzieć, iż figury dodają emocje do czegoś całkowicie ich pozbawionego; one jedynie pomagają je lepiej wyrazić.

Wygląda więc na to, iż przy bliższej analizie relacje między retoryką (traktowaną performatywnie, ekstrawertycznie) a psychologią nieco się rozluźniają. „Zrównanie retoryki z psychologią – jak pisze Paul de Man – otwiera ponure perspektywy pragmatycznej banalności” (de Man 2000b: 103).

Gdyby tylko takie rzeczy łączyły retorykę i psychologię, to w ogóle nie byłoby warto pisać tego rozdziału. Relacje między nimi rysują się o wiele bardziej interesująco, gdy potraktujemy retorykę jako cechę, a nawet samą „materię” języka, zrobionego przecież w jakimś sensie z figur czy tropów. Jeśli naturalną cechą języka jest figuratywność, to albo nie jest ona żadnym odchyleniem, albo to właśnie owo odchylenie stanowi istotę języka. Tak czy owak trzeba je wówczas traktować nie jako odchylenie od normalnego stanu emocjonalnego, lecz od logiki czy gramatyki (a więc od pozostałych elementów trivium). Retoryczne figury i tropy to takie mechanizmy, które w większości opierają się na „błędzie”, na łamaniu zasad logicznych i gramatycznych. Retoryka – jako dziedzina odchyłeń – pasożytuje na normach logiki i gramatyki, gdyż potrzebuje ich, ale tylko po to, by się im sprzeciwić. Kenneth Burke pisał:

W pewnym sensie każde, nawet najdrobniejsze odstępstwo od normy lub nawet niezamierzony błąd w naszym słownictwie opisującym rzeczywistość służy jako mechanizm odchylenia. Ponieważ ludzie nawet najbardziej pomysłowi, najinteligentniejsi, najcnotliwsi i najwięksi szczęśliwcy skazani są na błędzenie przy próbach opisu rzeczywistości, odchylenie jest do pewnego stopnia mechanizmem naturalnym, nieuniknionym. Odchylenie, stosowane świadomie, jest zawsze tak skuteczne, ponieważ ma spontaniczny charakter. Freudowskie pojęcie „przemieszczenia” w marzeniach sennych pokazuje, jak bliskie jest odchylenie naturalnej ludzkiej skłonności do uników. (Burke 1965: 75)

Można więc powiedzieć, że w błędzie – związanym tak mocno z ludzką naturą i dzięki temu przekonywającym – tkwi potencjalna siła retoryczna. Błąd, powiada Burke, może mieć funkcję konstruktywną i wcale nie należy go odcinać od działalności retorycznej w imię pozytywności nauki. Trzeba mieć tylko świadomość opartej na błędzeniu natury naszego języka (i naszej egzystencji) i umieć to obrócić na swój użytek. Jak? Retoryki klasyczne podpowiadają np. figurę zwaną dubitatio, czyli pewien typ pytania retorycznego, który polega na udanej wątpliwości, na „paradoksalnym wzmocnieniu stanowiska mówcy poprzez odegranie rzekomej bezradności i niepewności” (Ziomek 1990: 229), innymi słowy,

jest to sfigowanie błędzenia własnego rozumowania, by być bliższym słuchaczy, bliższym zwykłych ludzi, bliższym błędzącej naturze ludzkiej. I bliższym naturze języka – destabilizującego wszystkie modele usiłujące odgórnie wprowadzić sztuczny porządek, jak np. logika. Krótko mówiąc: to, co rzekomo nienormalne (odchylenie figury, ornamentu, przenośni itp.), okazuje się jak najbardziej normalne.

Skutki tego poklasycznego przewartościowania są dla rozumienia języka i retoryki nie do przecenienia. Figury i tropy – do tej pory podporządkowane nadrzędnemu celowi retoryki (perswazji, komunikacji) – nie tylko stają się najważniejszym elementem retoryki, ale i w rezultacie niejako się usamodzielniają: zaczynają funkcjonować (lub: zaczynają być dostrzegane) wszędzie tam, gdzie jest język, albo myśl, a nawet – co pokazał Sigmund Freud – w sferze nieświadomości[38]. Środki ekspresji marzenia sennego, które opisał jako mechanizmy kondensacji, przesunięcia, przedstawienia i wtórnego opracowania, z łatwością dają się zestawić odpowiednio z metaforą, metonimią, synekdochą i ironią. Nie oznacza to, iż myśl Freuda była tu nieoryginalna, gdyż posłużył się on modelami wyjaśnionymi i opracowanymi na gruncie tropologii, teorii figuracji. Jeden ze współczesnych badaczy dyskursu następująco podsumował tę relację:

Nie umniejszamy oryginalności dociekań Freuda, kiedy odkrywamy, że jego mechanizmy pracy marzeń sennych odpowiadają nieomal punkt po punkcie strukturze tropów. Dzieje się tak dlatego, że, po pierwsze, sam Freud porównuje explicite mechanizmy pracy marzeń sennych z tymi, które istnieją w poiesis, i wykorzystuje nawet do opisu teorii figuracji; po drugie dlatego, że zakres dzieła Freuda jest wystarczająco obszerny, aby uzasadnić dokonywane przez niego zapożyczenia z danej dziedziny analiz kulturowych w celu wykorzystania jej reguł do swych własnych dociekań, co w najmniejszym stopniu nie deprecjonuje całości jego osiągnięć; po trzecie wreszcie dlatego, że dostrzeżenie identyczności jawy z pracą marzeń sennych, które w większym stopniu należą do sfery wyobraźni niż racjonalności, było genialne. (White 2000: 194–195)

Istotne w teorii Freuda było to, iż przekładając relacje panujące w psychologicznych kategoriach na język retoryki – zarazem rzucił światło na pewne procesy zachodzące w dyskursie (przekład ma bowiem to do siebie, że działa niejako w obie strony), dotyczące relacji między percepcją a konceptualizacją, opisem a argumentem, mimesis a diegesis – relacji, w które wchodzi każdy dyskurs, zmierzający do „zrozumienia” rzeczywistości.

Zdaniem Freuda nieświadomość jest „królestwem alogiczności”; to, co nieświadomione, wyrażać się może wyłącznie w formie odchylenia od normy (nielogicznego, nonsensownego, „poetyckiego” itp.). I tak na przykład mechanizm powstawania marzenia sennego opiera się wyłącznie na „logice podobieństwa” (Freud 1996: 276), czyli nie na logice, lecz na metaforze. Owa nielogiczność sfery nieświadomości przejawia się także w tym, iż marzenia sennego nie da się opisać w postaci graficznej kompozycji czy też diagramu. Struktury snów są dla Freuda swoistymi rebusami:

Marzenie senne stanowi [...] zagadkę obrazkową, nasi poprzednicy w dziedzinie objaśniania marzeń sennych popełnili zaś błąd polegający na tym, że uznali rebus za kompozycję rysunkową – jako taka sprawiała wrażenie czegoś bezsensownego i bezwartościowego. (Freud 1996: 244)

Tymczasem rebus można zrozumieć, gdy postaramy się:

zastąpić każdy obraz jakąś sylabą lub słowem, które w jakiś sposób daje się odnieść do rysunku. Nagromadzone w ten sposób słowa nie są już bez sensu. (Freud 1996: 243)

Tak więc rozumienie jest dla Freuda rodzajem defiguracji: substytucji nielogicznej figury, w której wyraża się nieświadomość, za pomocą logicznej wypowiedzi. Kryje się w tym hermeneutycznym modelu założenie istnienia dwóch poziomów języka, dosłownego i figuratywnego, oraz wiara w możliwość przekładu tego, co figuralne, na język dosłowny. Taki dwupoziomowy model języka do złudzenia przypomina figurę zwaną *allegorią pełną* (tota allegoria): w której poziom figuratywny jest nieistotny, lub raczej istotny wyłącznie jako środek służący dotarciu do

sensu właściwego; figury, która skłania nas, byśmy go szukali i znaleźli. Praca psychoanalitika sprowadzałaby się, według Freuda, do tłumaczenia z języka figuratywnego na język przezroczysty – a więc zgodnie z mechanizmem klasycznej alegorezy (Ziomek 1990: 239–241).

O wiele więcej uwagi poświęca językowym aspektom psychoanalizy Jacques Lacan. Komentując Freudowską teorię snu jako przekładalnego rebusu, nazywa dostrzeżone tam mechanizmy wprost za pomocą pojęć retorycznych:

do sedna docieramy przy przekładzie tekstu, sedno tkwi, mówi nam Freud, w kształtowaniu się snu, czyli w jego retoryce. Elipsa i pleonazm, hyperbaton i syllepsis, anastrofa, powtórzenie, apozycja – takie są przesunięcia syntaktyczne; metafora, katachreza, antonomazja, alegoria, metonimia i synekdocha – kondensacje semantyczne; Freud uczy nas w nich czytać intencje ostensji lub argumentowania, maskowania się lub zachęty, odwetu lub kuszenia, którymi podmiot moduluje swój dyskurs oniryczny. (Lacan 1996: 58; przekład zmieniony)

Nie chodzi o to, że retoryka przydaje się do określenia owych mechanizmów czy relacji zachodzących w obszarze nieświadomości, nie jest ona tu jedynie zapożyczonym metajęzykiem, lecz funkcjonuje zupełnie pełnoprawnie – choć także w poszerzonej perspektywie, gdyż dla Lacana metafora i metonimia mają, podobnie jak dla Jakobsona, charakter uniwersalnych figur językowych (Dybel 1997: 70). Lacan zwraca bowiem zawsze uwagę na, jego zdaniem, najważniejsze choć zapoznane odkrycie Freuda: „wskazanie na językowy charakter nieświadomości” (Dybel 2000a: 209).

Różnica między Freudem i Lacanem tkwi nie tylko w tym, że ten pierwszy nie posługuje się *explicite* retoryczną terminologią, lecz przede wszystkim w tym, że:

Freud zawsze usiłuje poprzez język dotrzeć do czegoś innego – na przykład rzeczywistej osoby, przypadku, wydarzenia – czegoś, co odpowiedzialne jest za psychiczne urazy. Lacan, wprost przeciwnie, wyrzuca owe domniemane „oryginalne” źródła na [...] pojęciowy

śmietnik [...]. Nigdy nie możemy dotrzeć do źródeł (nawet, jeśli istnieją); możemy natomiast dotrzeć do, jak powiedziała by Lacan, symbolizacyjnej zdolności zawartej w języku, która wypełnia metafizyczną czy ontologiczną lukę: miejsce, w którym miało znajdować się źródło. (Mellard 1991: 7)

Jednym ze źródeł inspiracji myśli Lacana była językoznawcza teoria Ferdynanda de Saussure'a, którą poddał on jednak głębokiemu przeformułowaniu. Przede wszystkim odwrócił relację signifiant/signifié. De Saussure, przypomnijmy, przedstawia budowę znaku za pomocą rysunku, na którym pozioma kreska oddziela drzewo (pojęcie, signifié) od słowa arbor (obraz akustyczny, signifiant) (Saussure 1991: 78), przy czym drzewo przedstawione jest na górze, gdyż signifié góruje nad signifiant, a „słowo podporządkowane jest temu, co de Saussure nazywa «pojęciem»” (Mellard 1991: 9). Lacan odwraca tę relację, umieszczając znaczące ponad znaczoną i właściwie pokazuje, iż ów model autora Kursu językoznawstwa ogólnego stoi w sprzeczności z formułowaną w innym miejscu definicją języka jako systemu różnic. Konsekwencje takiej definicji kierowałyby bowiem do modelu odwrotnego, gdyż:

W procesie konstytucji sensu – jak pisze Paweł Dybel – znaczone praktycznie nie posiada żadnej autonomii, ale zdaje się być funkcją oddziaływań znaczących, „efektem” ich relacji do siebie [...]. [Dla Lacana] proces konstytucji sensu stanowi pochodną procesów substytucji (metaforyzacji) i kombinacji (metonimizacji) znaczących. Stanowi on zatem prosty „efekt” tego, co się wydarza na poziomie znaczących: ustalania się na ich poziomie nowego typu różnic. (Dybel 1997: 70)[[39](#)]

Zarówno dla Freuda, jak i dla Lacana ważne są „nienormalne”, „marginalne”, „pozbawione sensu” zjawiska językowe – które w dużej części nazwać można za pomocą figur. Wszystko to w cudzysłowie, gdyż – i tu psychoanaliza zbliża się do wspomnianej teorii języka i teorii figuracji – są one jak najbardziej normalne. Jeszcze wyraźniej widać to u samego Lacana, dla którego (dosłowny) język świadomości jest niejako pochodną (figuratywnego) języka nieświadomości: podstawowa struktura języka

daje o sobie znać nie w „normalnym” jego użyciu, lecz w tych wypowiedziach pacjenta, które zawierają zniekształcenia i przejęzyczenia.

Podobnie jak u Nietzschego, język, tylko dzięki temu, że z a p o m i n a o swej genezie, może cokolwiek wypowiedzieć. To, co zapomniane, wyparte w tym dyskursie, jak pisze Dybel:

zawsze może w nim dojść na poziomie jego językowej organizacji do głosu, rozbijając jego (pozorną) spójność i jednolitość. [...] Dyskurs nieświadomości [...] jest dyskursem samej językowości języka: językowi chodzi w nim wyłącznie o siebie samego jako pragnienie. (Dybel 2000b: 274, 279)

Dla Freuda możliwy jest przekład nielogicznego języka nieświadomości (snu) na logiczny język świadomości (jawy), przejście od rebusu signifiant do zrozumiałego signifié, przez dostrzeżenie mechanizmów tropicznych i ich defigurację. Owa alegoryczna defiguracja to ostatecznie przekład figury na dosłowność. Tymczasem u Lacana relacja między tymi poziomami jeśli w ogóle ma charakter alegorii, to swoiście pojętej a l e g o r i i o t w a r t e j (allegoria permixta aperta), zakładającej oboczność obu sensów i otwartość na różne interpretacje, nieobiecujące dotarcia do właściwego sensu (Ziomek 1990: 242). Ściślej rzecz biorąc, dla Lacana defiguracja jest tylko refiguracją, substytucje nie doprowadzają do signifié, lecz w pewnym sensie układają się w nieskończony łańcuch signifiants (The Purloined Poe 1988: 56), pod którym „ślizga się” signifié. Jest ono rodzajem nicości, czyli czegoś, co nigdy nie może się skonkretyzować: „zawsze już w tym, co znaczy, odsyła poza siebie, ku kolejnemu znaczącemu” (Dybel 1997: 72). Oto więc jedną z różnic między dwiema koncepcjami nieświadomości, Freuda i Lacana, sprowadzić można do dwóch teorii figuracji: jeśli ten pierwszy wierzyłby w możliwość zastąpienia figuratywności dosłownością, to ten drugi traktowałby figury jako elementy niedekodowalne i nieredukowalne. Nie da się opuścić poziomu figur (czyli poziomu znaczących) i dotrzeć do znaczonego (czyli znaczenia), gdyż znaczone wiecznie odsuwa się, pozostawiając nas jedynie z kolejnym znaczącym, tworząc łańcuch metonimicznych substytucji. Notabene nie znaczy to, że znaczone nie istnieje. Wręcz przeciwnie: napędza ono proces sygnifikacji, czy też po prostu: czytania – jak

marchewka (wisząca przed oczami osiołka, przywiązana do patyka przytwierdzonego do jego grzbietu) skłaniająca osiołka do marszu. Dla Lacana ważny jest ruch przekroczenia kreski oddzielającej signifiant od signifié, bez którego język nie byłby językiem (Dybel 1997: 72).

U Lacana mamy więc do czynienia z zamknięciem we wnętrzu retoryki: „człowiek jest podmiotem pojmanym i torturowanym przez język”. Dlatego, jak pisze, ludzie popełniają samobójstwa (bo są pod presją języka; zwierzęta nie znają języka). Język to nie medium służące komunikacji (np. między pacjentem a terapeutą), lecz labirynt, którego nie da się obejść i który nigdzie nie prowadzi, poza sobą samym; lub raczej: który jest jedyną realnością, z jaką tak naprawdę możemy mieć do czynienia. Tym samym Lacan wpisuje się w filozoficzny czy światopoglądowy nurt relatywistyczny, według którego poznanie rzeczywistości i komunikowanie wiedzy jest zawsze ograniczone możliwościami lokalnych systemów symbolicznych, w których tkwimy. To, co jawi się nam jako rzeczywistość, jest jedynie konstruktem społecznym lub symbolicznym. Oba te systemy czy porządki mają niestałą, elastyczną naturę i mogą być formowane i przekształcane przez retorykę, jako główne narzędzie przemian społecznych. Wszelkie próby postrzegania rzeczywistości pozajęzykowej jako czegoś niezmiennego i niepodatnego na wpływ rzeczywistości językowej zmuszone są usunąć ze swojego dyskursu element retoryczny, sprowadzić retorykę do funkcji ornamentacyjnej; tymczasem bliższa analiza takich dyskursów pokazuje ich tropologiczny wymiar ukrywający ideologiczne dno.

W podsumowaniu związku psychologii i retoryki (introwertycznej) pojawić się powinno pytanie: czy retoryka wzbogaciła psychoanalizę (jak np. twierdził Lacan, pisząc, iż trudno zrozumieć formy nieświadomości bez uciekania się do tropów i figur: metonimii, katachrezy, antyfrazy, hypallage, litoty), czy odwrotnie – psychoanaliza wniosła coś do retoryki? Moim zdaniem korzyści były obustronne, bo zarówno retoryka pozwoliła lepiej zrozumieć (a w każdym razie nazwać i opisać) mechanizmy zachodzące w psychice, jak i psychoanaliza pokazała, że mechanizmy retoryczne mają naturę niezwykle ekspansywną, że pojawiają się nie tylko w przeznaczonych dla nich dziedzinach dyskursu, ale wszędzie tam, gdzie jest język, językowość, czy „językopodobność”.

Mógłby tu ktoś zaprotestować, że wcale nie pojawiają się, lecz zostają nałożone na różne zjawiska kultury, jako wygodne narzędzia opisu. Zarzut mógłby płynąć zarówno ze strony badacza retoryki (mówiącego o modzie na nadużywanie retoryki), jak i psychologa (mówiącego, że retoryka jest tylko metajęzykiem – jednym z wielu możliwych). Jednak jeśli tropy i figury są faktycznie istotą języka, wówczas po prostu w nim tkwią i tylko od nas zależy, czy je dostrzeżemy i nazwiemy. Albo będziemy, albo nie będziemy ich świadomi – wybór należy do nas. Jak pisze amerykański teoretyk retoryki:

Umieszczamy (i to dość gorączkowo w ostatnim czasie) różne rzeczy pod szyldem retoryki bardziej po to, by uczynić zrozumiałą samą retorykę, niż owe rzeczy zebrane pod jej nazwą. Wyłonienie się „retoryki nauki” jako nowej i coraz ważniejszej poddziedziny badań w obrębie naszej dyscypliny dostarcza nam nadzwyczaj żyznego terenu do badania rozpoczętego procesu translacji [...], w którym retoryka usiłuje ukonstytuować się na nowo jako metadyskurs nomadyczny. (Gaonkar 1997: 34)

Nomadyczny – czyli niemający określonego miejsca, wędrujący, mogący ujawnić się wszędzie; innymi słowy: potencjalnie wszędobyłski. Tu czas na ostatnią uwagę dotyczącą związków między retoryką a psychologią. Wiele na ten temat napisano, zarówno z perspektywy jednej, jak i drugiej dyscypliny, głównie w nurcie tzw. interdyscyplinarności. Nie chciałbym zgłaszać zastrzeżeń do tej skądinąd słusznej w swym naukowym ekumenizmie idei, ale interdyscyplinarność z definicji wymaga dyscyplin, dziedzin nauki o określonych granicach i kompetencjach. O ile psychologia (jak mniemam) spełnia ten warunek, o tyle retoryka – szczególnie w swym współczesnym, ponowoczesnym kształcie – nie daje się „zdyscyplinować”. Nie można być sąsiadem nomadów. Można się za to któregoś dnia obudzić jako współlokator nomadów – i dobrze być na to przygotowanym. Podobnie jak dobrze być przygotowanym na radzenie sobie z problemami języka, choćbyśmy się zajmowali dziedziną „kwadrywalną”, jak najodleglejszą filologii.

Leszek Szewczyk

Retoryka kaznodziejska

1. Wprowadzenie i wyjaśnienie pojęć

Przepowiadanie słowa Bożego należy do fundamentalnych zadań Kościoła, który stara się wciąż na nowo odpowiadać na wezwanie Jezusa Chrystusa: „Idźcie na cały świat i nauczajcie wszystkie narody...” (Ewangelia wg św. Mateusza 28,19). Od początku swych dziejów Kościół głosił słowo Boże oraz sprawował liturgię. Cała działalność Kościoła jest oparta przede wszystkim na przepowiadaniu, które przygotowuje do pełnego przeżycia liturgii i do przyjęcia sakramentów (Lewek 1984: 93). Konstytucja o liturgii świętej *Sacrosanctum Concilium* (skrót: KL) Soboru Watykańskiego II (1963 r.) wyróżniła trzy podstawowe typy przepowiadania: kerygmatyczne, katechetyczne, mistagogiczne (liturgiczne) – por. KL 9. Przepowiadanie kerygmatyczne skierowane jest do niewierzących w celu ich nawrócenia, katechetyczne kierowane jest głównie do katechumenów i nowo ochrzczonych, by wyjaśnić im podstawowe prawdy wiary, które usłyszeli podczas przepowiadania kerygmatycznego, a przepowiadanie mistagogiczne skierowane jest do tych, którzy już są nawróceni i pouczeni, a mają być wprowadzeni w misterium chrześcijaństwa. I chociaż najczęściej terminem „kaznodziejstwo” określany jest trzeci typ przepowiadania to w niniejszym opracowaniu przez pojęcie to należy rozumieć całość posługi głoszenia słowa Bożego w Kościele.

Dyscyplina naukowa, wchodząca w skład nauk teologicznych, zajmująca się kaznodziejstwem nosi nazwę homiletyki („homilia”, gr. *ῥημιλειν* ‘być razem, rozmawiać, prowadzić przyjacielską dyskusję’)[40]. Nazwa ta weszła do literatury w XVIII wieku, kiedy to zastąpiła określenia poprzednio używane, takie jak: „ars praedicandi”, „ars concionandi”, „ars praedicatoria”, czy też „rhetorica ecclesiastica”. W homiletyce wyróżnić można cztery zasadnicze działy: homiletykę fundamentalną, homiletykę materialną, formalną i szczegółową. Homiletyka fundamentalna zajmuje

się podstawami homiletyki jako nauki teologicznej, a zatem teologią słowa Bożego, teologią przepowiadania, teologią homilii oraz historią kaznodziejstwa. Homiletyka materialna pragnie odpowiedzieć na pytanie: co przepowiadać (co ma być treścią posługi słowa). Homiletyka formalna podejmuje zagadnienia związane z tym, jak przepowiadać. W jej zakres wchodzi problemy związane z osobą przepowiadającego, ze słuchaczami oraz z formą przepowiadania. Skuteczność przepowiadania jest zależna między innymi od działania słowa Bożego, które ze swej natury jest żywe i skuteczne (Hbr 4,12), oraz od ludzkiej postaci słowa Bożego. Zagadnienie skuteczności nierozzerwalnie wiąże się więc z formą przepowiadania. Homiletyka szczegółowa klasyfikuje i omawia rozmaite rodzaje jednostek przepowiadania, jakie dadzą się wyróżnić w jego podstawowych typach wyszczególnionych w homiletyce fundamentalnej[41]. W niniejszym opracowaniu pojęcia: przepowiadanie, homilia i kazanie używane będą zamiennie.

2. Relacja kaznodziejstwa do retoryki w ciągu wieków

Od czasu uzyskania przez Kościół pełnej wolności (po edykcie mediolańskim – 313 r.) zaczyna się upowszechniać nowa forma głoszenia słowa Bożego. Kazanie (sermo, logos) jest to mowa zbudowana według zasad retoryki klasycznej. Zasady te zgłębiali, a następnie wykorzystywali: św. Bazyli, św. Grzegorz z Nazjanzu, św. Ambroży, św. Hieronim czy św. Jan Chryzostom. Szczególnie widoczne są one w dziele *De doctrina christiana* św. Augustyna (Siwek 1992: 8–11), traktującego retorykę jako narzędzie, które może posłużyć w dobrej sprawie skuteczniejszego głoszenia Ewangelii.

Od czasów św. Augustyna nauka o kaznodziejstwie zaczyna być częścią składową retoryki, czyli, jak wtenczas ją rozumiano, nauki o krasomówstwie. W średniowieczu teoria kościelnej wymowy wchodzi w zakres retoryki, i traktowana jest jako sztuka mowy sakralnej. Zbiór jej zasad w XVII wieku przyjmuje nazwę „homiletyki”, prawdopodobnie za sprawą ewangelickiego teologa W. Leysera, który w 1649 r. swoje dzieło o zasadach głoszenia słowa Bożego zatytułował *Cursus homileticus*. Kiedy w XVIII wieku w zakresie studiów teologicznych została wyodrębniona

teologia pastoralna jako nowa dyscyplina teologiczna, w sposób naturalny weszła w jej skład homiletyka (Siwek 2005: 108).

Publikacje homiletyczne końca XIX i pierwszej połowy XX wieku koncentrowały się głównie na formie kazania, a więc jego kompozycji, stylu czy sposobie głoszenia. Pojęcie teorii kaznodziejstwa, rozumianej przede wszystkim jako retoryka kościelna, kształtowali homileci przełomu XIX i XX wieku: J. Jungmann, C. Krieg, J. Herr, czy F. Schubert i G. Longhaye. Chociaż w ich dziełach można znaleźć znakomite uwagi dotyczące osoby kaznodziei czy potrzeby znajomości przez niego Pisma Świętego, to jednak zdecydowanie przeważa w nich retoryczny i formalny sposób widzenia kaznodziejstwa (Wilk 2001: 258).

O ile w czasach starożytności chrześcijańskiej istniała względna równowaga między retoryką a homilią w kaznodziejstwie, o tyle w wiekach późniejszych systematycznie dokonywało się sprowadzenie kaznodziejstwa do retoryki. Szczególnie mocne przesunięcie akcentu na retorykę w przepowiadaniu kaznodziejskim wystąpiło w czasach humanizmu i oświecenia. Sytuacja ta trwała aż do połowy XX wieku. I chociaż homiletyka weszła w skład teologii pastoralnej, z czasem się nawet usamodzielniała, to jednak nadal uważana była za siostrę wymowy świeckiej. Różnica dotyczyła jedynie treści i celu mowy oraz oczywiście głosiciela (Siwek 1992: 11–13).

Nowe spojrzenie na formalne czynniki przepowiadania kaznodziejskiego jest związane ze współczesnym ruchem odnowy homiletycznej. Zwłaszcza w pierwszym etapie tej odnowy zwrócono uwagę na konieczność zwiększenia skuteczności przepowiadania przez odnowę formy kazania. W etapie drugim zwiększenie skuteczności oddziaływania kaznodziejskiego upatrywano w odnowie treści przepowiadania. Trzeci zaś etap wiąże się z rozwojem teologii przepowiadania (Szewczyk 2003: 133).

W trakcie Soboru Watykańskiego II (11 X 1962 – 8 XII 1965) oraz bezpośrednio po jego zakończeniu homileci zainteresowani teologią przepowiadania prawie zupełnie pomijali retoryczne aspekty kazania. Termin „retoryka” na polu kaznodziejstwa miał w tym czasie bardzo negatywne konotacje. Pojawiały się wobec retoryki zarzuty znane już od czasów Platona, a zwłaszcza od św. Augustyna. Już Platon kwestionował wartość etyczną retoryki, mówcom zarzucał brak wiedzy, granie na

uczuciach słuchaczy i świadome wprowadzanie ich w błąd oraz zonglowanie słowem. Z czasem, za sprawą sofistów, do retoryki przyłgnęło określenie „sztuka zwodzenia”. Św. Hieronim stwierdził, że „diabelską przynętą są [...] napuszone słowa retorów”, a w Wyznaniach św. Augustyn, sam korzystając z prawideł retoryki, poddał ją druzgoczącej krytyce (Jaroszyński, Jaroszyński 1998: 14–21). W czasach odnowy soborowej wszystkie te wcześniej wysuwane zarzuty zdawały się odzywać. Jednak błędem byłoby twierdzić, że w tym okresie w ogóle nie przywiązywano znaczenia do czynników formalnych kazania. Jednak na skutek wzmożonego zainteresowania homiletów teologicznymi aspektami przepowiadania inne aspekty, w tym aspekt formalny, musiały ulec zminimalizowaniu (Grzegorski 1973: 96, 97).

Również w Polsce od lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia zaczyna powoli wygasać orientacja domagająca się zachowania w kazaniu reguły klasycznej stylistyki i retoryki. Zainteresowania homiletyczne zostały skierowane w sposób zdecydowany w stronę teologii słowa Bożego i spraw z zakresu homiletyki materialnej. Poza tym wraz z upowszechnieniem się teorii komunikacji w zastosowaniu do posługi słowa zagadnienie środków ekspresji kaznodziejskiej, a w tym także języka, zostaje analizowane w zmienionym kontekście. Jednakże od czasu do czasu pojawiały się wypowiedzi, które pragnęły zasygnalizować, że kazanie w swym wymiarze językowym nie powinno odzęgnywać się od zasad retoryki i reguły klasycznej stylistyki i wzorce klasycznej wymowy nie powinny pójść w zapomnienie. Jednak ta tendencja była daleka od dominującej (Wilk 2001: 261).

Jak zauważa G. Siwek, w ostatnich latach sytuacja uległa dużej zmianie. Można nawet mówić o „czwartej fazie współczesnego ruchu homiletycznego, fazie charakteryzującej się poszukiwaniem równowagi pomiędzy czynnikami teologicznymi i retorycznymi kazania” (Siwek 1992: 18). Jest to z całą pewnością związane ze zwrotem ku retoryce w całej szeroko rozumianej kulturze. Zwrot ten tylko po części jest zwrotem ku retoryce klasycznej, a bardziej jeszcze ku „retoryce naukowej”, za którą dzisiaj uważana jest teoria komunikacji. Na terenie Polski teorię komunikacji i jej zasady jako pierwsi do kaznodziejstwa aplikowali Z. Grzegorski (Grzegorski 1970: 479–507) i L. Kuc (Kuc 1980: 50–95).

Datujący się od wczesnego chrześcijaństwa ścisły związek kaznodziejstwa z retoryką, po okresie prawie całkowitego zaniku oraz uprzedzeń teoretyków kościelnego przepowiadania wobec retoryki, wydaje się obecnie ożywać. Z poszukiwaniem przez kaznodziejów języka bardziej komunikatywnego związane są próby nowego odczytania retoryki jako narzędzia do skuteczniejszego przemawiania.

3. Bosko-ludzki charakter przepowiadania

Kazanie (homilia) jest rzeczywistością złożoną; przenika się w nim płaszczyzna teologiczna z płaszczyzną antropologiczną. Na płaszczyźnie teologicznej przepowiadanie kaznodziejskie jest słowem Bożym, a na płaszczyźnie antropologicznej – mową człowieka. Jak zauważa W. Przyczyna, obie te płaszczyzny są zależne od siebie i wzajemnie się przenikają (Przyczyna 1994a: 18–23). Ważne jest to, aby zachować równowagę pomiędzy tymi płaszczyznami, by czynnik jeden nie był zbyt eksponowany kosztem drugiego. Wtedy grozi nam jedna z dwóch skrajności: supranaturalizm albo naturalizm (Siwek 1992: 31). Każda jednostka kościelnego przepowiadania (homilia, kazanie, konferencja) jest specyficznym typem utworu mówionego. Specyfika kościelnego przepowiadania polega na ściśle określonej treści, różnej od wszystkich innych przemówień publicznych, a którą jest słowo Boże. Takie przepowiadanie, będące co do substancji (treści) słowem Bożym, a co do postaci (formy) – słowem ludzkim, można określić jako „słowo Boże w słowie ludzkim” (Przyczyna 1994b: 167). Istnieje więc zależność skuteczności słowa Bożego od jego ludzkiego, językowego kształtu (Draguła 2001: 41, 42).

Dlatego, mając świadomość znaczenia płaszczyzny mowy ludzkiej, a zatem strony formalnej, językowej dla kaznodziejstwa, nie podejmuje się już dzisiaj rozważań czy w homiletyce mówić o retoryce, czy raczej o „nowej retoryce”, czyli teorii komunikacji. Traktuje się retorykę nie tylko jako dyscyplinę pomocniczą dla homiletyki, ale wręcz się twierdzi, że retoryka określa „wewnętrzną, istotną strukturę homiletyki” (Pracz 1986: 27). Bardzo dobitnie ujął to L. Kuc:

Przepowiadania nie można traktować wyłącznie jako sztuki literackiej, czy jako sztuki żywego słowa. Nie jest ono w żadnym sensie wyłącznie sztuką. Jest samym życiem i funkcjonowaniem Kościoła jako wspólnoty konstytuowanej słowem Bożym. Kazanie pod względem technicznym najdoskonalsze może nie mieć nic wspólnego ze spotkaniem mówiącego ze słuchaczami ani z autentycznym zaangażowaniem się w słowo Boże. Z drugiej zaś strony spotkanie takie może nastąpić pomimo znacznych niedostatków technicznych kazania. Nie wynika stąd bynajmniej postulat lekceważenia sztuki i techniki kaznodziejskiej, a przeciwnie konieczność traktowania ich służebnie w stosunku do najwyższej troski, którą jest doprowadzenie do obopólnego spotkania. (Kuc 1997: 164)

4. Nowe spojrzenie na relacje homiletyczno-lingwistyczne

Skuteczność komunikacji zależy w dużej mierze od sprawności językowej nadawcy i odbiorcy oraz od stopnia ich językowej świadomości, a także od wiedzy o funkcjonowaniu języka (Siwek 1992: 95). Zadaniem kaznodziei jest posługiwanie się językiem zapewniającym maksymalną skuteczność oddziaływania głoszonego słowa na słuchaczy (Lewek 1980: 223). Kaznodzieja znający technikę mówienia osiągnie znacznie lepszy skutek i większy oddźwięk. Opierając się na znajomości odpowiednich zasad, z góry może wykluczyć czynniki zakłócające kazanie a tym samym zapewnić sobie lepszy kontakt ze słuchaczami. Kto zachowuje reguły mówienia, uczyni kazanie bardziej zrozumiałym (Schwarz 1993: 162).

Liczne wskazówki dotyczące formalnej strony kaznodziejskiego przepowiadania znajdują się w dokumencie Kongregacji ds. Duchowieństwa (1999). Szczegółowe wskazania dotyczące sposobu realizacji posługi słowa znajdują się w II rozdziale tego dokumentu, w punkcie: O skuteczne głoszenie słowa.

Ludzki „sekret” owocnego przepowiadania tkwi we właściwej mierze „profesjonalności” kaznodziei, który wie, co i jak chce powiedzieć, gdyż ma za sobą poważne przygotowanie dalsze i bliższe, a nie pozwala sobie na dyletancką improwizację. Trzeba więc przykładać

wagę do treści słów, do stylu i dykcji. Pomyśleć wcześniej o tym, co wymagałoby mocniejszego podkreślenia, ale w miarę możliwości unikać godnej pożałowania ostentacji. (Kongregacja ds. Duchowieństwa 1999)

Od samego początku chrześcijańskiemu kaznodziejstwu towarzyszyła refleksja, iż kazanie w swej strukturze językowej, w użyciu środków stylistycznych zbliżone jest do utworu literackiego. Od lat siedemdziesiątych XX stulecia zagadnienia językowej struktury kazania zaczęto rozpatrywać w kontekście teorii komunikacji. Wśród istotnych elementów, które kaznodzieja powinien uwzględnić w procesie komunikacji orędzia zbawczego, duże znaczenie dla efektywności odbioru ma ekspresja słowna kazania. Kaznodzieja powinien szukać takich środków językowego przekazu, by treści objawione zostały przekazane jak najskuteczniej (Wilk 1987: 103–119).

Poszukiwanie właściwego języka dla współczesnego przekazu słowa Bożego jest bardzo widoczne zwłaszcza w ostatnich latach. Liczne sympozja, konferencje, publikacje książkowe stawiają pytanie: jak współczesnemu człowiekowi mówić o Bogu. Oczywiście jest tu też pytanie o treść tego przekazu, jednak istotna część odpowiedzi dotyczy także formy tegoż przekazu[42]. Ważną pozycją okazała się książka Jak dzisiejszemu człowiekowi mówić o Bogu (1995), zawierająca szereg odpowiedzi na kwestionariusz Papieskiej Rady do spraw Dialogu z Niewierzącymi. Wypowiedzi duchownych i świeckich, naukowców, duszpasterzy, dziennikarzy zawierają wiele istotnych propozycji również dotyczących formy przepowiadania. Także sami głoszący słowo Boże podejmują w publikacjach tematykę z zakresu językoznawstwa, lingwistyki (m.in. Pacuszkiewicz 1977: 91–102, Pielatowski 1985: 57–61, Przyczyna 1997: 202–208, Wilk 1988: 25–32).

Niezmiernie istotne jest także przygotowanie późniejszych kaznodziejów do głoszenia słowa Bożego. Niekiedy zaległości wyniesione ze szkoły podstawowej i średniej są bardzo duże. Stan edukacji językowej księży oraz działania podejmowane dla polepszenia poziomu językowego opisują W. Przyczyna i G. Siwek (Przyczyna, Siwek 1998: 239–247). Na pierwszy plan wysuwa się konieczność zwiększenia liczby godzin poświęconych bezpośrednio zagadnieniom głoszenia słowa Bożego,

w zajęciach zaś z homiletyki formalnej wyraźnie zaznaczono wykłady na temat „retorycznego wymiaru kazania” (Przyczyna, Siwek 1998: 244).

Istnieje też możliwość pogłębiania swojej edukacji językowej w ramach Podyplomowego Studium Retoryki w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Studium to, znane już jako „Szkoła Retoryki”, gromadzi w większości księży diecezjalnych i zakonnych, zainteresowanych pogłębianiem swoich umiejętności językowych, zwłaszcza w kontekście wystąpień publicznych (Borowski 1997: 182). Kaznodzieje mają więc możliwości pogłębiania swoich umiejętności językowych, co się nierozzerwalnie wiąże z umiejętnościami retorycznymi.

Dla wielu współczesnych kaznodziejów retoryka ma konotacje negatywne (zwłaszcza w kontekście wyrażen: retoryka polityków, retoryka ideologiczna). Wynika to często z niezrozumienia głównego celu retoryki. Tym celem, według Kwintyliana, jest prawość myśli i mowy. Orator to nie ten, kto za wszelką ceną przekonuje o prawdziwości dowolnej tezy czy nakłania do działania, odwołując się przy tym do rozumu, emocji i woli, ale: *vir bonus dicendi peritus*. Spór o wartościowanie retoryki jako „broni obosiecznej” bierze się – zdaniem autora Kształcenia mówcy – z niewłaściwego jej pojmowania jako sztuki przekonywania (Urbański 2003: 8).

Można obecnie krytycznie oceniać ścisły związek kaznodziejstwa i retoryki, jednak trzeba przyznać, że przez całe wieki wspomagała ona kaznodziejów w kształtowaniu ludzkiej szaty głoszonego słowa Bożego. Retoryka ułatwiała spotkanie ze słowem Bożym ludziom wrażliwym na piękno słowa mówionego, którzy bez niej, być może, nigdy by się z nim nie spotkali. Retoryka stanowi pomoc dla każdego, kto musi jasno i trafnie formułować swe myśli, uczy bowiem właściwego argumentowania, dostosowanego do okoliczności i słuchaczy. Ciągła konieczność dostosowywania wypowiedzi do zmieniających się okoliczności oraz w jeszcze większym stopniu zmieniającego się słuchacza wychowanego w kulturze obrazu, a nie słowa stawia coraz trudniejsze wymagania kaznodziejom. Przez stulecia retoryka dawała kaznodziejom system pomagający zarówno konstruować, jak i analizować wypowiedzi. Dlatego proces przygotowania przyszłych kaznodziejów, jak również dalszego formowania kaznodziei już głoszących słowo musi uwzględnić tę okoliczność (Urbański 2003: 9).

Wzajemne relacje kaznodziejstwa i retoryki bardzo trafnie ujął ks. Gerard Siwek w posłowie do Retoryki na ambonie, zredagowanej przez P. Urbańskiego:

Próba teologiczno-retorycznego spojrzenia na kazanie przydaje, z homiletycznego punktu widzenia, wiarygodności zamieszczonym tekstom. Dowodzi bowiem, że ars bene dicendi i teologia przepowiadania nie tylko mogą iść w parze, ale wzajemnie się potrzebują. Retoryki potrzebuje słowo Boże, aby móc przybrać godną siebie ludzką postać; retoryka potrzebuje słowa Bożego, aby odczytać swoje niezwykle przeznaczenie. (Siwek 2003: 362)

Współczesna homiletyka wyznacza retoryce służebne miejsce w kościelnej posłudze słowa, jednocześnie rości sobie prawo krytycznej roli wobec niej. Wybiera też homiletyka z bogatego arsenału środków retorycznych te, które służą tej posłudze zgodnie z metodą ewangeliczną. Selekcji tych środków dokonuje homiletyka według kryteriów uznawanych za ewangeliczne. Należą do nich: kryterium prostoty przekazu, czyli takie podporządkowanie formy treści przekazu, aby ułatwiała jej przyjęcie; kryterium oralności, czyli uznania pierwszeństwa słowa mówionego; kryterium dialogowości lub komunikacyjności przekazu (Siwek 2001: 297–299).

5. W stronę teorii komunikacji

Przez wiele lat homiletyka (tradycyjna) koncentrowała się na poprawnym opracowaniu i wygłoszeniu tekstu kaznodziejskiego. Mówiąc o potrzebie oddziaływania na rozum, wolę i uczucia słuchaczy, domagała się zachowania stylu konwersacyjnego, głównie miała na względzie właściwości tekstu kazania i sposobu jego wygłoszenia. W ostatnim dziesięcioleciu homiletyka tradycyjna ustępuje homiletyce kontekstualnej, zorientowanej na umiejętne komunikowanie się ze słuchaczami. Również w ostatnim czasie pojawiła się też próba ujęcia całości problematyki homiletycznej w konwencji teorii komunikacji interpersonalnej. Na tle procesu komunikacji międzyludzkiej uwydatnia się specyfikę komunikatu homiletycznego. Całość problematyki homiletycznej zamyka się w trzech

typach relacji: między nadawcą Bogiem, nadawcą pośrednikiem i głoszonym orędziem zbawczym; między sprawującym posługę słowa, odbiorcą i przekazywanym komunikatem; między orędziem zbawczym, aktualną rzeczywistością i odbiorcą (Adamek 1992: 40, 41).

Głoszenie słowa Bożego jest aktem komunikacji interpersonalnej, w którym istotną rolę spełnia podmiot przepowiadania, odbiorca oraz treść przepowiadania. Te trzy elementy stanowią konstytutywne składniki kaznodziejstwa, zaś przemawiającego i odbiorcę obowiązuje stosowanie się do reguł rządzących komunikacją międzyludzką (Rahner 1968: 118–119).

By mogło dojść do komunikacji ze słowem Bożym, musi ono być w odpowiedni sposób po ludzku zakomunikowane. Przyczynia się do tego stosowanie odpowiednio dobranych środków retorycznych. Wychodząc z tego założenia, R. Zerfass rozróżnia retorykę instrumentalną i retorykę krytyczną (Zerfass 1995: 37–39).

W homiletyce, a w konsekwencji w kaznodziejstwie nie ma miejsca na retorykę „instrumentalną”, którą interesuje jedynie problem, jakie środki zastosować, aby skutecznie oddziaływać. Jest tam zaś miejsce na retorykę „krytyczną”, czy „komunikacyjną”, odpowiadającą na pytanie, które ze środków retorycznych służą, a które nie służą zaistnieniu autentycznej komunikacji; jakimi środkami się posłużyć, a które wyeliminować, aby zamiast zamierzonej komunikacji nie doszło do manipulacji (Siwek 2001: 297–299).

Często na określenie stanu współczesnego kaznodziejstwa używa się pojęcia „kryzys”. Rodzi się zatem pytanie, czy jedną z przyczyn aktualnego kryzysu nie jest porzucenie retoryki – sztuki sprawnego i celowego przemawiania, trafnego wyrażania myśli, przedstawiania argumentów (Matuszczyk 1997: 75–84).

Iwona Loewe

Retoryka w reklamie

Retoryka

Do tej pory w niniejszej książce o retoryce powiedziano już na tyle dużo i obszernie, że nakreślę zaledwie rozumienie retoryki, jakie przyjmuję w moim rozdziale, a skupię się na drugim członie jego tytułu, a mianowicie na definicji reklamy.

Otóż poniżej mam na uwadze komplementarne rozumienie retoryki, a więc tak jej aspekt taksonomizujący, jak i aspekt kompetencyjny. W pierwszym ujęciu retoryka zbliża się do kształtującego się współcześnie modelu teorii tekstu, który podejmuje się analizy i opisu wytworów językowych, dążąc do wypracowania skutecznych narzędzi deskrypcji każdego tekstu. W aspekcie drugim retoryka (jako sztuka sprawnego przekonywania) jawi się jako umiejętność kreowania skutecznych tekstów najczęściej perswazyjnych, tj. określa wszelkie możliwe konteksty (kulturowy, materialny, sytuacyjny) dla zaistnienia takiego tekstu oraz środki werbalne, ale także ikoniczne i muzyczne, które stanowią o fortunności tego aktu komunikacji. W tym ujęciu dwa oblicza retoryki chcę widzieć jako komplementarne, choć każde z nich ma swoje adekwatne miejsce i swój czas w pojedynkę. Oblicze teoretyczne (*rhetorica docens*) oscyluje w stronę współczesnej teorii tekstu z wszystkimi dotąd wypracowanymi narzędziami badania, a więc tematyzacją, delimitacją wypowiedzi, spójnością strukturalną, semantyczną i pragmatyczną, a także w stronę nabierającej samodzielności typologii tekstów, w której stosuje się narzędzia genologii lingwistycznej. Retorykę (o rodowodzie wszak starożytnym) w tych nowych ramach – metodologii tekstologicznej – widział już Jerzy Ziomek w roku 1990, pisząc, że jest ona „niczym innym jak lingwistyką tekstu, czyli teorią wypowiedzi powyżej poziomu zdania oraz teorią spójności” (Ziomek 1990: 101). Taką perspektywę przyjmuje też Piotr Lewiński, nazywając ją „pierwszą wersją lingwistyki tekstu” (Lewiński 1999: 62).

Drugie oblicze retoryki to jej ujęcie kompetencyjne i warsztatowe, co odpowiadałoby starożytnej *rhetorica utens*, która zajmowała się wyzyskaniem środków przekonywania, byłaby więc bliska oratorstwu. Trzeba jednak zaznaczyć, że tradycja rozszerza się o dwa rodzaje dyskursu perswazyjnego, współcześnie bowiem narzędziami retorycznymi operujemy podczas kreacji tak tekstu oralnego, jak i piśmiennego (w tym zwłaszcza typograficznego). Jest to zgodne zresztą z biegiem dziejów, ponieważ retoryka starożytna wypracowywała po prostu swe narzędzia na dyskursie dostępnym ówczasie, czyli oralnym. Tymczasem dziś w roli tekstów perswazyjnych występują także te zapisane, a w tej funkcji mogły zaistnieć dopiero w dobie *p o w s z e c h n e j d o s t ę p n o ś c i t e k s t u d r u k o w a n e g o*. Ta sytuacja zaś wiąże się z elementarną umiejętnością czytania i pisania, ceną druków i łatwością ich powielania oraz udostępniania, czyli mowa za ledwie o niecałych dwóch wiekach w historii Europy.

Reklama

Nieco szerzej warto natomiast w tym miejscu książki powiedzieć o reklamie. Jej rodowód wcale nie odbiega od historii retoryki, ponieważ u podstaw reklamy jako wypowiedzi perswazyjnej leży *p r z e k o n y w a n i e*, a więc funkcja impresywna. Jak zaś się podejrzewa, jest to funkcja, która musiała się w języku uaktywnić jako pierwsza, mimo że informacyjną funkcję języka, czy też mówiąc inaczej – komunikatywną, uważa się za elementarną. Otóż zapewne w celu zainicjowania kontaktu i komunikacji przakówiek nie oznajmiał (komunikował) o tym, że np. kamień istnieje i jaki on jest, tylko musiał aktem werbalnym (mniej lub bardziej artykułowanym) sprawić, by współziomek pomógł mu kamień np. usunąć z drogi. Tyle domniemania.

Uznaję, że *k t o ś r e k l a m u j e c o ś*, gdy za pomocą dostępnych wszelkich kodów komunikacji za pieniądze prezentuje produkt/usługę w celu uzyskania realnego wpływu na odbiorcę (wykreowanie pozytywnej reakcji na nazwę/markę, co pozwala przewidzieć zyski długotrwałe), a więc w celu osiągnięcia wymiernej korzyści (Loewe 2001: 347). Nadawca nie jest osobowo obecny podczas reklamowania, lecz jest mniej

lub bardziej wyraźnie postrzegany jako agencja reklamowa reprezentująca producenta/usługodawcę. Z kolei odbiorca jest tzw. grupą docelową, która – według szczegółowych badań – winna odczuwać potrzebę posiadania reklamowanego produktu/skorzystania z usługi. Z tak zakreślonych granic reklamy jako komunikatu kulturowego wynika jej pięć relewantnych cech:

1. *p e r s w a z y j n o ś ć* – reklama informuje (akt illokucyjny) i kształtuje postawy oraz przekonania jej adresatów (akt perlokucyjny);

2. *b e z o s o b o w o ś ć* – brak możliwości aktywnej wymiany ról nadawczo-odbiorczych;

3. *p u b l i c z n o ś ć m a s o w a* – każda reklama sama jest też towarem, który został przez producenta kupiony w agencji reklamowej, a więc kosztuje, wymaga zbiorowej publiczności, bo tylko w tych warunkach odbioru jest w stanie przynieść projektowany efekt;

4. *k o m e r c y j n o ś ć* – związek z rentownością jest elementarnym założeniem producenta, który po to ostatecznie zamawia i kupuje reklamę, by osiągnąć zysk ze sprzedaży produktu/usługi przez niego reklamowanych;

5. *m u l t i m e d i a l n o ś ć* – cecha wynikająca z rozwoju mediów; to nie tylko możliwość prezentowania za pomocą wszystkich kodów, a więc werbalnego, ikonicznego i dźwiękowego, lecz także możliwość wykorzystania różnych kanałów nadawczych, czyli prasy, billboardu, radia, telewizji/Internetu i in (por. Lewiński 1999, Kall 1999).

W obliczu ekspansji tekstów, w których funkcja impresywna odgrywa rolę naczelną, warto także powiedzieć, *c o r e k l a m ą n i e j e s t*. Nie są zatem reklamą:

1. *t e k s t y p u b l i c r e l a t i o n s*, czyli podawanie do publicznej wiadomości (tak klientom, jak i pośrednikom, dostawcom, bankom, mediom, społecznościom lokalnym) własnych osiągnięć w celu wykreowania jak najlepszego wizerunku firmy/marki; nie są reklamą ze względu na bezpośredni udział producenta lub usługodawcy w tworzeniu komunikatu;

2. *p r o m o c j a s p r z e d a ż y*, czyli dołączanie do produktu lub usługi bonusów, wiązanie sprzedaży z degustacją lub wygraną w okolicznościowym konkursie, które jest bardziej działaniem niż komunikatem, który do działania ma skłonić; promocja sprzedaży jest określona niewielkimi ramami czasowymi, choć dla konsumenta jest

silnym bodźcem skłaniającym; ze względu na krótkotrwałość efektów reklamą wszak nie jest;

3. analogicznie przedstawia się problem *personal selling*, która jest działaniem krótkotrwałym i okazjonalnym;

4. *sponsoring* to oferowanie pewnej kwoty pieniężnej partnerowi w zamian za prezentację spotu w pobliżu produktu partnera, czyli przed i po transmisji programu w telewizji lub radiu albo przed projekcją filmu kinowego, w okolicy odbywającego się festiwalu lub zawodów sportowych; nie jest reklamą zwłaszcza ze względu na promocję raczej marki poprzez jej logo lub slogan niż produktu oferowanego przez producenta/usługodawcę, ponadto *sponsoring* raczej kierowany jest na obecnych klientów firmy, u których ma powstać pozytywne skojarzenie marek/firm obu partnerów *sponsoringu*, np. TVP i PKO BP, rozgrywki Ligi Mistrzów transmitowane przez TVP i producent warki strong;

5. *publicystyczny tekst sponsorowany*, czyli użycie zwłaszcza form artykułu lub wywiadu w funkcji perswazyjnej; koszt takiej promocji wzrasta, ponieważ za ich napisanie (!) dostaje pieniądze autor, a za opublikowanie nadawca płaci wydawcy, ale podobnie jak działanie sponsora zadaniem takich tekstów jest wykreowanie pozytywnych skojarzeń z firmą lub marką i budowanie dobrego wizerunku w sposób zawoalowany;

6. *teksty na opakowaniach* produktu również nie są reklamą ze względu na tym razem brak konieczności opłaty za nie (producent musi swój produkt opakować, a więc oprawa jest nieodłączną częścią jego samego);

7. *parateksty*, czyli teksty towarzyszące wytworom kultury w celu powiadomienia o nich i ich rekomendacji, tu swoje miejsce mają noty redakcyjne na czwartej stronie okładki książki, zajawki radiowe i telewizyjne, emitowane przed nadaniem określonego programu, zwiastuny filmów kinowych, wyświetlane przed emisją innego filmu w kinie, zapowiedzi tekstów prasowych, drukowane w aktualnym numerze lub jednym z następnych wydań pisma, dysponendy wydawnicze; nie są reklamami choćby ze względu na realizację celu komercyjnego: otóż nadawca *paratekstów* liczy na zysk, choć nie musi dodatkowo za nadanie swych tekstów płacić (por. Loewe 2007).

Wymienione powyżej działania i klasy tekstów nie są co prawda reklamą, ale są przejawami działań promocyjnych, w których wiodącą jest funkcja impresywna. W komunikacie reklamowym elementarnymi aktami są informowanie oraz perswadowanie, mające pozyskać odbiorcę i skłonić go do zaprogramowanych działań. Pierwszy z czynników pozwala odróżnić reklamę od propagandy, którą charakteryzuje monotematyczność ideologiczna i maksymalna funkcjonalność, właśnie zorientowanie na perswazję. Inaczej też postrzegany jest odbiorca obu działań, dla reklamy jest on celem, dla propagandy – środkiem.

Kultura masowa

Mówiąc o retoryce w dzisiejszej reklamie, nie sposób nie wspomnieć o szerszych uwarunkowaniach obu, mianowicie o kulturze masowej. Zwłaszcza w swym aspekcie kompetencyjnym, czyli oratorstwie, retoryka od zawsze związana być musiała z audytorium zbiorowym, a sukcesem działań oratora było, przemawiając do wielu, mówić do każdego z osobna. Dokładnie ten sam cel stawia sobie współczesna reklama, która epatuje tłumy, masy, zbiorowość niezliczoną, a jednak tak często w komunikatach reklamowych używane są zaimki deiktyczne i osobowe Ty, Ciebie, Tobie, Ci czy też dzierżawcze, jak Twój, Twoje itd.

Charakterystycznymi cechami komunikowania masowego są zarazem cechy wyróżniające reklamę, czyli nierównorzędność partnerów, w tym bezosobowy nadawca, anonimowy i mnogi odbiorca, określony kierunek komunikacji widoczny w nieodwracalnym przypisaniu ról nadawczo-odbiorczych, pośredniość aktu komunikacji. Ta ostatnia cecha wymaga wyjaśnienia, ponieważ pośredniość odnosi się tylko do kontaktu nadawcy z odbiorcą komunikatu reklamowego, tymczasem już tylko w bezpośrednim kontakcie pozostają masowi odbiorcy reklam z nimi samymi i tę relację zakłada nadawca reklamy na każdym etapie jej tworzenia. Kultura masowa oparta jest na masowym komunikowaniu, które Tomasz Goban-Klas określa jako proces masowego tworzenia, rozpowszechniania i odbioru przekazów, podporządkowany ogólnym zasadom organizacji społecznej. Jak każde komunikowanie istnieje za pomocą znaków, choć różni się zasięgiem (powszechny), regularnością

(periodyczność prasy, ramówka programowa radia i telewizji), ujednoliceniem, systemowością (rozpowszechnia spójne zespoły idei i wzorów społecznych), najłatwiej się też poddaje kontroli i planowanemu sterowaniu (Goban-Klas 2002: 112–113). Powstająca w tych warunkach masowa kultura charakteryzuje się zatem naturalnie standaryzacją gustów („wielu lubi to samo”), homogenizacją potrzeb („wszyscy potrzebują tego samego”), symplifikacją układów wartości („świat jest czarno-biały”).

Zgodnie z obserwacją Jerzego Ziomka, iż retoryka jest pierwowzorem teorii tekstu (lingwistycznej tekstologii), spójrzmy na reklamę jako na tekst, czyli ponadzdaniową jednostkę komunikacyjną, będącą nośnikiem intencji nadawcy, zorientowaną stylowo i gatunkowo, odgraniczoną od innych za pomocą sygnałów i/lub symptomów początku i końca, wykazującą spójność strukturalną i semantyczną. Reklama jako tekst perswazyjny musi ściśle stosować reguły tekstowości, bo nie może sobie pozwolić na niefortunność – to po prostu za dużo kosztuje. Mianem „f o r t u n n o ś c i” (warunkiem skuteczności) określa się od czasów oksfordzkich filozofów języka, Austina i Searle’a, właściwą, tzn. zakodowaną przez nadawcę tekstu, deszyfrację intencji, dokonywaną przez odbiorcę. Intencją zaś każdego komunikatu reklamowego jest osiągnięcie celu perlokucyjnego, czyli wzbudzenie u odbiorcy potrzeby posiadania reklamowanego produktu/usługi, a więc chęć jego zakupu. W celu uzyskania tego efektu tak nadawca pośredni, jak i bezpośredni zastosować zechce arsenał dostępnych środków językowych, a także skutecznie je wspierających środków pozawerbalnych.

Po pierwsze reklama musi się zaprezentować jako wyróżniona całość (delimitacja), po drugie jawi się jako komunikat ściśle na temat i powszechnie kojarzony ze sloganem (tematyzacja, inwencja), po trzecie jest sprawnie skomponowana (spójność, kompozycja), a w funkcji impresywnej występują struktury zdaniowe, leksemy, a raczej opalizacje znaczeń leksemów i frazeologizmów, przekonuje gramatyka, np. użycie czasu przeszłego w reklamie, perswaduje sfera foniczna i ortograficzna (elokucja), po czwarte reklama po 19 latach obecności na polskim rynku dzięki nowym mediom elektronicznym zaczyna z nami grać, jesteśmy świadkami reklamy w postaci niedokończonych czy też reklam seriali.

Delimitacja

Absolutnie elementarnym warunkiem percepcji każdego tekstu jest jego wydzielenie spośród innych otaczających go w czasie czy przestrzeni. Dla reklamy telewizyjnej, radiowej i prasowej ma to znaczenie ogromne, ponieważ te media w miejsce lub czas swojej propozycji (zawartość numeru albo codzienna ramówka) tak wyraziście muszą wkomponować tekst reklamowy, by nie było wątpliwości, że tu lub teraz zaczyna się reklama. Ma to swoje uzasadnienie częstokroć prawne: oto rozpoczyna się czas lub miejsce, za które ktoś zapłacił i ma prawo oczekiwać zmanifestowania tego. Z tego względu wyzyskiwane są zespoły sygnałów i symptomów początku lub końca, czyli *d e l i m i t a t o r ó w* reklamy. Ze względu na ich umiejscowienie lub chronologię można je podzielić na zewnętrzne (sygnały) i wewnętrzne (symptomy) wobec tekstu.

Sygnały delimitacji przyjmują w prasie i na billboardach postać typograficzną; w radiu – werbalno-dźwiękową; w telewizji zaś – werbalno-ikonoczno-dźwiękową. W pierwszym przypadku chodzi o wyznaczone przez właściciela billboardu jego ramy (mega, maxi, midi, mini) lub ramy strony formatu czasopisma. Jeśli jednak reklama zawiera tylko jej część, wówczas ograniczona jest ramką czy to wyznaczoną linią, czy też jednolitym kolorem. Dodatkowym delimitatorem jest (i zdarza się to przede wszystkim w dziennikach, które nie są tak kolorowe jak czasopisma i mają zwykle dość duży format) słowo Reklama, mieszczące się na obrzeżach ramki albo w żywej paginie. Przyzwyczajenia wynikające z kultury, w jakiej reklamy naturalnie postrzegamy, są kolejnym symptomem delimitacji, ponieważ oczywiste jest dla każdego odbiorcy żyjącego w kulturze europejskiej i atlantyckiej, że w ramach określonego formatu przesuwamy wzrok od lewego górnego rogu w stronę prawego dolnego, w tym kierunku percypując tekst.

W drugim przypadku o delimitacji reklamy decyduje wybrany przez określoną stację radiową sygnał dźwiękowy, w tle którego pojawia się słowo Reklama, emitowany przed blokiem reklamowym. Na jego natomiast zakończenie zabrzmi tenże sam sygnał, lecz już ze zmienionym tekstem (I po reklamie, Koniec reklamy) lub w ogóle bez niego.

W trzecim przypadku *o w a r a m a d e l i m i t a c y j n a* jest wzbogacana o element ikonoczny, okresowo zmieniany przez stację

telewizyjną. Jest to plansza z jakimś składnikiem graficznym, z napisem Reklama, emitowana z towarzyszeniem sygnału dźwiękowego (dżingel). W telewizji sygnały początku i końca bloku reklamowego są bliźniaczo do siebie podobne, tworząc homogeniczną klamrę delimitacyjną.

Słowa i/lub wyrażenia pozostające w roli sygnałów delimitacyjnych, czyli Reklama, Zapraszamy do reklamy, A teraz reklama – mają znamiona *m e t a t e k s t u*, ponieważ eksplicytnie informują o tym, że konwencje tego typu tekstu będą realizowane dopóty, dopóki nie zobaczymy lub usłyszymy paralelnego Reklama, I po reklamie, To była reklama, Koniec reklamy. Wyrażenia metatekstowe są najwyrazistszymi sygnałami delimitacji dla każdego tekstu, choć brzmią różnie, bo dobierane są do praktyki stylistycznej, funkcjonalnej i typowej dla gatunku.

W praktyce stosowania delimitatorów wewnętrznych nie istnieje tak doskonała przyległość, każdy bezpośredni nadawca tekstu reklamowego będzie bowiem dążyć do zamanifestowania właśnie kreatywności w komponowaniu swego wystąpienia i tylko w pewnej mierze pozostać musi szablonowy i repetytywny. Otóż symptomem początku lub końca jest rozpoznawalny znak graficzny – logo reklamującej się firmy. Równoległy czasowo w radiu i telewizji jest wypowiedzany i wyemitowany na ekranie telewizora lub wydrukowany na prasowej stronie – *s l o g a n*. Prototypowo dzieje się to w partiach wieńczących reklamę, choć w prasie zwłaszcza widoczne są tendencje do stosowania tej techniki jako klamry delimitacyjnej, czyli jako symptom początku powtórzony na końcu.

Do symptomów inicjowania reklam zaliczyć należy *t y t u ł y*, pełniące zarazem funkcję metatekstową, por.

Clearasil – 30 sekund o tym, jak zapobiegać pryszczom.

Jak poradzić sobie z przybitym mężem? (urgo)

Ta praktyka związana jest raczej z rozwojem drukarstwa i potrzebą typograficznego opracowania tekstów, dlatego pojawia się w reklamach prasowych, zewnętrznych i telewizyjnych. Radio raczej wybrało inicjalną formułę rodem z czasów dominacji oralności, praktyk scenicznych, choć też zawierającą wyrażenie metatekstowe, por.

Z satysfakcją przedstawiamy nowy renault 19.

Przedstawiamy pedigree z nową formułą fortivil.

Dla reklamy jako gatunku ważne są jeszcze inne symptomy granic tekstu, ale już nie metatekstowe. Za istotny wskaźnik początku reklamy uznać trzeba *z d a n i a r e m a t y c z n e*, czyli takie konstrukcje, które stwierdzają istnienie reklamowanego produktu/firmy/usługi albo jakiegoś przedmiotu lub wydarzenia, na którym skupić się ma uwaga odbiorcy, por.

Jest już nowa blend a med complete.

Są różne soki pomarańczowe. (sunlicht)

Są takie sytuacje, kiedy pot i jego zapach mogą wywołać zakłopotanie. (arrid extra dry)

Typowy dla owych konstrukcji jest szyk, który w pierwszej kolejności manifestuje bycie, istnienie, stwarzanie, a dopiero w dalszej kolejności dowiadujemy się, czego. Praktyka ta charakteryzuje literackie gatunki bajki czy paraboli (przypowieści), w których świat i jego bohaterowie wprawdzie muszą zaistnieć, by coś mogło się z nimi dzieć.

Spójność (tematyzacja i kompozycja)

Reklama została już wyróżniona spośród innych okalających ją dyskursów, pora zatem na obnażenie mechanizmów retorycznych, z których chętnie korzysta, by być wierna zasadzie harmonii rodzajów retorycznych i środków perswazyjnych. Komunikowanie retoryczne wedle Arystotelesa musi uwzględniać wszystkie sfery duszy ludzkiej i jej współoddziaływanie w społeczeństwie. Zatem w procesie oddziaływania retorycznego należy uwzględnić *r o z u m* (lógos), *w o l ę* (éthos) i *u c z u c i e* (pathos). Ze względu na nie należy dalej w procesie komunikowania retorycznego zaangażować wiedzę z teorii poznania, etyki i psychologii, co później w czasach krystalizacji retoryki opisowej w postaci podręczników określano trzema bezokolicznikami: *docere*, *movere* i *delectare*. Współcześnie natomiast odpowiadają im funkcje tekstów: *i n f o r m u j ą c a* (poznawcza), *z n i e w a l a j ą c a* (perswazyjna, pobudzająca) i *e s t e t y c z n a*. Najmniej dyskusyjna jest funkcja

informująca, ponieważ komunikowaniu służą przede wszystkim asercje (stwierdzenia), a sposoby ich uaktywniania są w każdym języku przejrzysto określone. Najbardziej dyskusyjna jest funkcja estetyczna tekstów, ponieważ o pięknie się nie dyskutuje skutecznie. Wystarczy sobie uzmysłowić problem istnienia piękna estetycznego (ładności, pulchrum) i piękna funkcjonalnego (pożytek, aptum), by już mieć dylematy. Natomiast najwięcej skutecznych możliwości zmanifestowania swej kreatywności posiadamy w aktualizowaniu funkcji zniewalającej. Współcześnie dobrymi ilustracjami, bo bogatymi w techniki i chwytów retoryczne, są laudacje, przemówienia sejmowe, wystąpienia agitacyjne, kazania, teksty public relations, wykłady i wreszcie, albo czy nie najbardziej, reklama, bo dotyczy najszerzego kręgu odbiorców.

Tekst reklamowy będzie fortunny, gdy perswazja w nim użyta będzie skuteczna, a to znaczy, jak napisał w dziele *De doctrina christiana* św. Augustyn, że „poddany oddziaływaniu retorycznemu odbiorca pragnie tego, co mu obiecujesz, lęka się tego, o czym mu powiesz, że jest groźne, nienawidzi tego, co potępiasz, przyjmuje to, co zalecasz, żałuje tego, co przedstawiasz jako żalu godne [...] i kiedykolwiek twa wysoka wymowa zdoła oddziaływać na myśli słuchaczy, przywodząc ich nie tylko do wiedzy o tym, co czynić, ale i do uczynków, o których wiedzą, że należy je spełnić” (cyt. za: Korolko 2001: 50).

W reklamie (w rozumieniu przyjętym na początku rozdziału) wszelkimi dostępnymi dla danego medium środkami perswadyje się już to do rozumu, już to do woli, już to do emocji, stosując odpowiednio argumentacje, apele, sugestie, a w nich oceny i interpretacje. „Oceny podsuwają czytelnikowi gotową pożądaną klasyfikację wartościującą, interpretacje zaś gromadzą dane umożliwiające sformułowanie sądu wartościującego i zajęcie określonej postawy” (Wolińska 1989: 106). Jako że sposobów oddziaływania poprzez tekst nie da się poklasyfikować na zbiory rozłączne, toteż techniki perswazyjne tworzą po prostu układ zhierarchizowany. I tak apele, które akcentują pozycję adresata, powstają na podstawie ocen, te powstają w oparciu o interpretacje, a wyłącznie służebny charakter mają argumentacje, które wspomagają pozostałe akty perswazyjne (por. Wolińska 1989: 107).

Skuteczność reklamy jako tekstu perswazyjnego polega z jednej strony na swoistej repetytywności (powtarzalności prowadzącej do redundancji) jej składników i kompozycji, z drugiej zaś na manifestowaniu kreatywności tekstora (twórcy tekstu reklamowego) i bazowaniu na oddziaływaniu poprzez zaskoczenie. Oczywiście nieustannie aktualna pozostaje i tutaj zasada złotego środka i uzyskiwanie harmonii w balansowaniu pomiędzy powtarzalnością (ryzykując banalizacją) a kreatywnością (ryzykując nieprzyjęciem zaproponowanej gry).

Za ważne tropy retoryczne i chwyt perswazyjne we współcześnie dostępnych reklamach uważam przedstawione w poniższych akapitach.

Sposoby tematyzacji reklamy

Najprostszym zabiegiem określającym temat reklamy, a zarazem zabiegiem mnemotechnicznym jest stosowanie dokładnych powtórek lekcyjnych słów kluczowych dla komunikatu reklamowego, czyli nazwy produktu i ewentualnie firmy, por.:

W każdych warunkach, niezależnie od temperatury i obciążeń, Mobil 1 chroni silnik. Zawsze tak samo, doskonale i niezawodnie. W każdym ekstremum Mobil 1 zachowuje niezmiennie, najwyższe parametry. Działa normalnie, jak żaden inny olej. Mobil 1. Poczuj różnicę.

Na pięć zdań, z których zbudowano tekst reklamy użyto trzy razy nazwy produktu (mobil 1). Przy czym na całostronicowej reklamie w prasie pojawia się jeszcze zdjęcie produktu, czyli czwarty raz pada nazwa oraz adres firmy, w którym po raz piąty napisano Mobil. Reklamy w mediach, w których kod ikoniczny wspiera zapamiętywanie wizerunku produktu, w tym jego nazwy, nie musi w kodzie werbalnym dochodzić do ekstremalnej ilości powtórek, natomiast w reklamie radiowej owa wyrazistość słowna musi być pieczołowicie konstruowana i tu można spotkać wielokrotne użycie nazwy produktu. Tym sposobem oczywisty staje się temat tekstu, którym jest reklamowany produkt.

O repetytywności można mówić także wówczas, kiedy tekstor stosuje powtórzenia niedokładne, utrwalając w odbiorcy nie tyle

nazwę produktu, co cechy presuponowane przez określenia ją zastępujące, np.:

Uczucie naturalnej pielęgnacji; naturalne składniki czynne to nic innego jak preparat Apothker Scheller;

Stylowe, inspirujące kształty; gracia; dynamika; wykwintny komfort; niecodzienne wrażenia to z kolei nic innego jak nowy rover 75.

Zamiast nazwy pojawiają się więc w reklamach p e r y f r a z y, wyrażenia omawiające produkt, najczęściej zawierają w sobie pozytywne cechy, z którymi mamy go identyfikować. Podobnie jak same nazwy firm, usług i produktów, tak i peryfrazy są w tekście powtarzane, by aktywizować różnorodne dobre właściwości reklamowanego obiektu.

Redundancja nazw i ich amplifikacje w strukturze komunikatu to nie tylko retoryczna figura słowna ułatwiająca łatwe zapamiętanie komunikatu, ale równie ważny środek zapewniający spójność tekstu. Dzięki repetycjom odbiorca wie, że tekst ciągle dotyczy jednego tematu, wokół którego skomponowano niniejszy tekst. Tak więc powtórzenia i peryfrazy nazw na pewno spełniają funkcje k o n e k t o r ó w w dyskursie.

Do zabiegów mnemotechnicznych należy także zaliczyć r e p e t y t y w n o ś ć k o n s t r u k c j i, które przyjmują postać p a r a l e l i z m ó w s k ł a d n i o w y c h. W terminach retorycznych chwytów będą to enumeracje, które w reklamie przyjmują postać manierycznych trójek. Z łatwością znajdziemy zatem w sloganach takie wyliczenia:

Nowy Jork. Nowy Sącz. Nowy świat. (renault clio)

Liczą się pieniądze. Liczy się wygoda. Liczy się pewność. (microsoft)

Zawsze, czysto, zawsze sucho, zawsze pewnie. (always)

Na jutro i na dziś. Na zdrowie. (norwich union)

Oba wymienione zabiegi służą amplifikacji, pozwalają bowiem ukazać przedmiot reklamy w świetle pożądanym przez nadawcę, kształtując tym samym postawę odbiorcy. Presupozycją wyliczenia w reklamie clio jest wszak ‘możesz z jego pomocą poznać tak daleki Nowy Jork, jak i rodzimy Nowy Sącz, no więc, czyż nie wszelki nowy dla Ciebie świat, tam, gdzie jeszcze Cię nie było?’

Niektórzy teoretycy byli przekonani, że powtarzanie jest jedyną figurą retoryczną, za jego bowiem pomocą twierdzenia, skojarzenia, opinie przenikają do umysłów i zostają uznane za dowiedzioną prawdę. Imitują zatem argumentacje, odwołujące się do rozumu.

Ostatni przykład anaforyzacji w oparciu o przyimek *na* jest warty komentarza ze względu na kumulację chwytów retorycznych. Otóż dochodzi w nim do swoistego zjednoczenia struktury i treści, w formie to klasyczna anafora i paralelizm kompozycyjny, w treści natomiast jest to *p a r o n o m a z j a*, ponieważ tylko pierwsze dwa użycia przyimków odnoszą się do czasu (na dziś i na jutro), trzecie użycie to wszak określenie celu, jaki sobie zakłada reklamowane towarzystwo ubezpieczeniowe, czyli jego presupozycją jest życzenie ‘byś był zdrowy’. Jeszcze bardziej to pozornie wspólne znaczenie jest uaktualniane w anaforze wykorzystanej w reklamie firmy Ruukki:

Stale na dachu.

Stale dla Ciebie.

W zamierzeniu tekstora *stale* tej firmy winny stać się dla inwestora budowlanego stałą (każdorazową) ofertą, tylko te *stale* powinien on chcieć zakładać na dach budowanych domów. Ponadto znaczenie przysłówkowe (aktualizowane w drugim użyciu) mówi także o nieustannej dostępności owego produktu w firmie. Językoznawstwo pozwala wytłumaczyć tę figurę słowną istnieniem między dwiema użytymi formami *h o m o n i m i i l e k s y k a l n e j*.

Najsłynniejszą *p a r o n o m a z j ą* w historii polskiej reklamy jest slogan wieńczący reklamę *polleny 2000*, będący zarazem cytatem z Sienkiewiczowskiej „Trylogii”:

Kiemlicze: Ociec, prać?

Ojciec Kiemlicz: Prać, ale tylko w proszku *Pollena 2000*.

Powtórzone *leksem* już to przywołuje staropolskie lub gwarowe ‘bić kogoś’, już to jednoznaczne współczesne „prać”. Ze względu na wyrazistą scenerię tej reklamy oba znaczenia doskonale w niej opalizują.

Do powtórzeń w funkcji retorycznej dochodzi także w skali makro, czyli od pewnego czasu redundantne są reklamy danego produktu w ramach

jednego bloku reklamowego.

Dwu- albo kilkakrotna emisja reklamy danego produktu w ramach jednego radiowego lub telewizyjnego bloku reklamowego bądź jednego wydania czasopisma prowadzi do powstania czegoś na miarę s e r i a l u. Sygnałem tego jest manifestowane niedokończenie jednego z prezentowanych odcinków, np.:

reklama telewizyjna:

I Cześć dziewczyny! Rozpoczynamy misję Wiosna. [...] Wypełnij misję! Karotka! Do zobaczenia, dziewczyny! (tu następują reklamy innych produktów)

II Misja trwa! Codziennie piękna odnowa. Karotka. Do jutra, dziewczyny!

reklama prasowa:

I Cienki, mocny, lekki, czysty (o talerzach). Arcopal. Na szczęście.

II Odkąd jesteście razem (o kubkach i filiżankach), życie jest trochę lżejsze, bardziej kolorowe, weselsze. Dobrze być razem. Arcopal. Na szczęście.

III Cienki (o kubkach, filiżankach i talerzach) i lekki [...] twardszy niż stara zastawa. Mocny, czysty, można go kupować na sztuki albo w gotowych zestawach. Arcopal. Na szczęście.

IV Kubek w kubek cienki, kubek w kubek lekki, kubek w kubek mocny, kubek w kubek czysty. Arcopal. Na szczęście.

reklama zewnętrzna, mająca kilkanaście odcinków:

Goldeny. Twoje stany wyzwolone. To tytuł serialu, a każdy odcinek nosił tytuł (i stanowił cały tekst reklamy) będący zmodyfikowaną graficznie i brzmieniowo nazwą jednego ze stanów Ameryki Północnej:

I Luzjana, II Massauciechs, III Seksas, IV Koloradość, V Beztraska itd.

Owe zabiegi w warstwie graficznej i brzmieniowej prowadziły do skojarzeń z pożądaną cechą papierosów, z którą miał potencjalny nabywca utożsamiać produkt (luz, masa uciech, seks, radość, beztraska). Szeroko zakrojona kampania papierosów Golden American doprowadziła do społecznego wręcz oczekiwania na kolejne odcinki serialu, czyli osiągnęła

zamierzony cel. Mimo upływu dziesięciu lat od jej prezentacji, do tej pory ten pomysł jest wspominany. Do podobnych efektów poprzez zastosowanie reklamy-seriału doszła firma Żywiec, nadając reklamę we wszystkich mediach (billboard, telewizja, radio, prasa), przypomnę kilka odcinków:

Anglikom gratulujemy **Szekspira**.
Norwegom gratulujemy **fiordów**.
Niemcom gratulujemy **Oktoberfestu**.
Czechom gratulujemy **Pragi**.
Polakom gratulujemy **Żywca**.

Kampania Żywca ilustruje także kolejny zabieg retoryczny uruchamiany łącznie z serialem, a mianowicie tajemniczość, rozbudzanie ciekawości, ponieważ w pierwszym odcinku, jak i w kolejnych projekcjach nie jest podana nazwa produktu, reklamodawca ujawnia ją dopiero w odcinku finałowym. Jednakże zastosowana kolorystyka i czcionka tekstu pozwala się domyślać niektórym widzom nazwy firmy.

Zdarzają się reklamy, które swą serialowość manifestują numeracją odcinków albo tytułami. Tak postępuje reklamodawca serków Hochlland, uprzedzając każdy komunikat tekstem Epizod X. Nie wiadomo, czy kiedyś istniał Epizod I, ale dla tekstora, a potem dla adresata ważne ma być, że to kolejny odcinek, a to, co ma tradycję, jest waloryzowane pozytywnie; trwa bowiem na rynku mimo konkurencji. Ale dzięki numeracji z użyciem słowa epizod toczy się równocześnie druga gra retoryczna z konwencjami. Dla odbiorcy z odpowiedniego pokolenia jest to nawiązanie do amerykańskiej firmy Lucas, produkującej filmy z serii „Gwiezdne wojny”, której kolejne części opatrywane są właśnie podtytułami Epizod V. Ale rozszyfrowanie reklamy serków topionych wcale nie obliguje odbiorcy do zweryfikowania konwencji filmowej, wszakże może dostarczyć satysfakcji.

Elokucja

Kolejną figurą retoryczną, która pełni funkcje prymarnie perswazyjną jest ingerencja w graficzną lub brzmieniową strukturę użytych w reklamie

wyrazów. Odbywa się to przez wymianę, ujęcie lub dodanie głosek i/lub liter i oddziaływać ma zasadniczo na sferę uczuć odbiorcy (pathos), dostarczając mu przyjemności z rozszyfrowania zbieżności albo zagadki, np.:

Wedel. Igraszki. To się doigrałeś.

Ranigast. Nic tak nie potrawi.

Lubella. Uwielbiam.

Podane przykłady to s l o g a n y reklam odpowiednich produktów, a więc pomieszczone są one w najważniejszym dla komunikatu reklamowego miejscu lub czasie. Podane w sloganach sugestie mają posłużyć w budowaniu odbiorczej opinii o produkcie. I tak wedlowskie igraszki przez związek z eksklamacją To się doigrałeś uaktualniają interpretację prowokacyjną, ponieważ „doigrać się” to wprawdzie ‘coś zbroić’, ‘być łobuzem’. Ryzykowna to sugestia, ale zdaje się, że usprawiedliwiana słodką – dosłownie i metaforycznie – zabawą widoczną na ekranie, na którym cała rodzina „igra”. Slogan sformułowany w 2. osobie liczby pojedynczej zawiera raczej postać dokonaną czasownika „igrać”, a to oznacza osiągnięcie celu, posiadanie tak pożądanых cukierków w 10 smakach.

Slogan ranigastu jest czytelny, czyli ma moc perswazyjną dopiero ze zdjęciem Steffena Möllera, który wypowiada rzeczony zdanie. Otóż udzielający licznych wypowiedzi, znany wielu Polakom Niemiec, mówiący dobrze po polsku, lecz zgodnie z brzmieniem swojego ojczystego języka, wiele głosek udźwięcznia. Stąd usprawiedliwiona dla niego pomyłka fonetyczna sprawia, że powstaje polski wyraz o zupełnie innym znaczeniu, niż sugerowałyby to konstrukcja składniowa, która go poprzedza Nic tak nie potrafi. Jako że ranigast służy lepszemu trawieniu, właśnie pomyłka zostaje wykorzystana do celów perswazyjnych. I tak w sloganie opalizują oba leksemy (potrafić i potrawić) z właściwymi sobie znaczeniami.

Autorzy tekstu reklamy lubelli wykonali tylko zabawę szaradziarską z nazwą produktu i dzięki anagramowi uwielbiam, powstała pożądana przez nich sugestia dla odbiorcy i posiadacza makaronów tej firmy. Niebagatelne dla wyrobienia sobie właściwej postawy ma w tym

przypadku użycie formy czasownikowej w 1. osobie liczb pojedynczej: ‘to, co JA uwielbiam, musi być dobre’. I już nie ma sugestii (ze sfery pathos), z woli (éthos) powstało bowiem przekonanie i wiedza (sfera lógos).

Retoryczna homonimia

Reklama równie chętnie wykorzystuje grę w i e l o z n a c z n o ś c i ą s ł ó w, lecz nieprzypadkową. Otóż zasadą retorycznego użycia znaczenia leksemów w tekście reklamowym jest istnienie tzw. znaczenia metaforycznego (niedosłownego) i literalnego (dosłownego). Funkcję perswazyjną poprzez oddziaływanie na sferę delectare uzyskuje się poprzez opalizację obu tych znaczeń, przy czym metaforyczne jest czytelne w warstwie werbalnej, a literalne – w warstwie ikonicznej. Dlatego w reklamie heyah oglądamy i słyszymy pracę młota kowalskiego na czerwonej ręce – symbolu firmy, a narrator wypowiada slogan Heyah! Mocno zbite ceny. Odbiorca reklamy nie będzie wszakże w tym obrazie widział jedynie kowala, lecz poprzez obraz odczyta informację o mocno obniżonej cenie produktu. Zabawą dla niego ma być ilustracja informacji werbalnej, zaś przekonaniem o atrakcyjności oferty, która ma najniższe z możliwych ceny, ma być zaistnienie w świadomości owego znaczenia metaforycznego. I tak tekstor za pomocą współdziałania kodów osiąga poszczególne cele perswazyjne: od delectare po docere. W wielu innych sloganach stosuje się tę słowną figurę przez podobieństwo znaczeń (Słynne profile. (Einstein, Thatcher, Reagan) Profile okienne Panorama; Optiroc. Wiążące obietnice), przy czym urok retoryczny reklamy polega na tym, że dzięki wielokodowości może ona na różnych poziomach uaktywniać różne znaczenia etymologiczne użytych słów. Teksty stanowiące zaś ilustrację starożytnej retoryki są jednokodowe i jedynie do poziomu verbum mógl odnosić się mówca. Współcześnie ruchomy obraz z symultanicznym dźwiękiem często nie pozostawia cienia wątpliwości odbiorcy, a i częstokroć odbiera delectowanie się odkrywaniem polisemii. Jednak tym sposobem nadawca nie ryzykuje nierozszfrowaniem powodu, dla którego wybrano właśnie ten leksem.

Tekstorzy wykorzystują nie tylko polisemię leksemów polszczyzny ogólnej, lecz równie chętnie używają kolokwializmów, czyli wyrażeń potocznych, np. *Via*. Tutaj się opłaca, czy też najnowszych neosemantyzmów tworzonych przez młodzież, np. Najlepsze warunki (pop).

Na zasadzie tej samej figury słownej demetaforyzacji w reklamie ulegają z w r o t y i w y r a ż e n i a f r a z e o l o g i c z n e. Znajomość metaforycznych znaczeń frazeologizmów wcale nie jest we współczesnym społeczeństwie oczywista, dlatego nadawca tak modyfikuje związek, by każde z odczytanych przez odbiorcę znaczeń miało walory pozytywne dla produktu. Rozpoznanie tylko znaczenia sugerowanego przez reklamę pozwala poznać produkt poprzez cechy nadawane mu przez nadawcę, jednak zweryfikowanie także znaczenia metaforycznego (paremiologicznego) pozwala jeszcze odbiorcy się dobrze zabawić, a poprzez to ugruntować dobrą opinię na temat reklamowanego produktu. Owa retoryczna figura paronomazji w odniesieniu do frazeologizmów ma zastosowanie w poniższych przykładach:

Ciała przyjemność po mojej stronie. (wawel czekolada lekka)

Z Kasią ci się upieczę.

Strepsil. Pierwsza pomoc w gardłowej sprawie.

„Gardłowa sprawa” to wszak nie tylko sprawa gardła (co ilustruje wpierv w reklamie telewizyjnej, a potem w prasowej kod ikoniczny), ale także sprawa niecierpiąca zwłoki i z niewielką szansą na wyjście. To negatywne skojarzenie jest jednak szybko zażegnane, gdyż istnieje strepsil, antidotum na obie sprawy.

Modyfikacje frazeologizmów są dokonywane w reklamie na jeszcze jeden znany retoryce sposób. Otóż przez figurę ucięcia (per detractioem) i dodania (per adiectioem) zarazem. Elementem wymiennym w strukturze jest ten, z którym w sposób oczywisty wiąże się reklamowany produkt, np.:

Finea zawsze w zasięgu noża.

Lenor. Miłość od pierwszego dotyku.

Są to zmodyfikowane postaci odpowiednio „zawsze w zasięgu ręki” i „miłość od pierwszego wejrzenia”. Jako że margaryny używa się nie tyle ręką, ile raczej nożem, to i to narzędzie zostało dodane do zwrotu, zaś miękkającego ubrania płynu doświadczamy bardziej zmysłem dotyku, niżli rozpoznajemy wejrzeniem, dlatego i tu zastąpiono zmysł innym. W ten sposób argumentuje się odbiorcy słuszność sformułowań poprzez zasadę stosowności. Rozpoznanie przez odbiorcę w nowych brzmieniach stałych połączeń wyrazowych o ustalonym paremiologicznym znaczeniu tylko dostarcza mu satysfakcji z posiadanej wiedzy. Argumentacja tego typu aktywizuje myślowo adresata, ale też dostosowuje się do jego możliwości poznawczych.

Czasami tylko dwuznaczność zapewnia kod werbalny, ale o wiele częściej wspólnie z kodem ikonicznym, por.:

Kubek w kubek cienki, kubek w kubek lekki, kubek w kubek mocny, kubek w kubek czysty. Taki jest Arcopal. Na szczęście. (filiżanka włożona do filiżanki),

nie można było użyć właściwej nazwy, boby się nie uzyskało efektu grania frazeologizmem kubek w kubek o znaczeniu ‘naprawdę tak samo’.

Slogan

Przeważająca większość stosowanych figur i chwytów retorycznych odnosi się do sloganów. Nie może to dziwić, skoro jest on nie tylko umieszczany w zasadniczych momentach lub miejscach reklamy, tworząc ramę delimitacyjną, lecz jest kwintesencją dyskursu reklamowego. Nie jest tylko zwięzłym podsumowaniem, lecz obok nazwy produktu/firmy/usługi reklama to po prostu slogan, który oddaje sens komunikatu zaprogramowany przez jego nadawcę, wartościuje temat reklamy, i któremu nie da się zaprzeczyć. Także w tym rozdziale wiele analiz dotyczyło właśnie sloganów. Z reklam zapamiętujemy scenki, pomysły, dźwięki, lecz najczęściej komunikaty reklamowe i produkty utożsamiamy ze sloganem. Sprawdźmy, czy to prawda na podanych przykładach (podaję slogany, w które nie została wbudowana nazwa

produktu/firmy), ale Czytelnik może w tym miejscu przytoczyć także swoje ilustracje:

Zawsze czysto, zawsze sucho, zawsze pewnie
Dobre pomysły, dobry smak
Prawdopodobnie najlepsze piwo na świecie
Podaj to, co najlepsze
Polubisz każdą drogę

Czas przeszły w reklamie

W literaturze przedmiotu mówi się prawie wyłącznie o użyciu i funkcji w komunikacie reklamowym dwóch czasów gramatycznych: czasu teraźniejszego i przyszłego (Skowronek 1993, Bralczyk 2000). Bralczyk mówi o oczywistości użycia czasu teraźniejszego w reklamie, nawet gdyby firma dopiero miała wprowadzić produkt na rynek za tydzień, w przyszłym tygodniu, czyli w przyszłości. Czas teraźniejszy użytych form czasowników przedstawia produkt, markę jako pewniejszą, bliższą potencjalnemu klientowi i bardziej zachęcającą. „Co będzie – pisze Bralczyk – nie wiemy, co jest (nawet w odniesieniu do przyszłości), to, jak się nam zdaje, wiemy” (Bralczyk 2000: 147). Natomiast o aktualności czasów reklamowych Skowronek pisze tak: „Na przeszłość nie zaradzimy, ale przyszłość możemy uczynić lepszą. Dajemy ci coś teraz – ty to za chwilę weźmiesz” (Skowronek 1993: 39–45). Tego faktycznie dowodzi absolutna większość reklam, np.:

Nowy Taft na każdą pogodę – chroni keratynę włosów.
Żywiec. On wie, co dobre.
Nakar m swoje zęby. Nowa blend a med. Likwiduje początki próchnicy.
Winiary pomagają, radzą, proponują.

Nawet w sytuacji częstej dla reklam, czyli rezygnacji z osobowej formy czasownika czy to w sloganie, czy to strukturze tekstu reklamowego, to ową eliptyczność w naturalny sposób dopełniamy teraźniejszą formą czasownikową, np.:

Triumf. (jest) Dla ciała. (jest) Dla zmysłów.

Jeść mi (jest) tak lekko. (hellmann's)
Colgate. Naprawdę (masz) bielsze zęby.
(istnieją) Skuteczne metody odchudzania. (ortis)

Formy czasu przyszłego służą opisowi stanu po użyciu produktu, czyli pożądanym, oczekiwanych przez reklamodawcę skutków (Bralczyk 2000). Z kolei formy czasu przeszłego służą pozytywnemu waloryzowaniu ciągłości firmy, która powstała dawno, ale ciągle oferuje i oferować będzie swoje produkty, np. nasza firma powstała w 1915 roku. Wartościującą funkcję mają formy czasu przeszłego, które odwołują się do chlubnej przeszłości kultur i narodów, jak prasowa reklama firmy Kärcher:

Grecy zostawili nam teatr. My zostawimy Czysty Świat.

Pośrednio waloryzuje też forma przeszła w tzw. rekłamacznych testy monialnych, które oparte są na opiniach, stwierdzeniach, wspomnieniach wybranych postaci Takich Jak My, mających uwiarygodnić walory produktu. Dzieje się to w postaci lapidarnych tekstów reklam, jak np.:

Wybrałem naprawdę lekkie! (papierosy R1)
Marynę poznałam trzy lata temu.

Bywa jednak, że testimony są rozbudowanymi do kilku złożonych zdań reminiscencjami bohaterów (rzadziej bohaterów, jakby kobieta była bardziej wiarygodna we wspomnieniach). W tych opowieściach zasadniczą rolę odgrywa właśnie czas, pokazując niedobrą przeszłość, z którą w jakiejś dziedzinie nie radziła sobie wspominająca, dochodzenie do punktu zwrotnego, z którym związany jest reklamowany produkt, i opis dobrej już współczesności, np.:

Zawsze marzyłam o najlepszych kosmetykach. Ale nie było to wcale takie proste [...] Aż pewnego dnia spotkałam dystrybutorkę oriflame. Kiedy szef chciał kupić nową ciężarówkę, byłam pełen obaw. Jednak gdy na par kingu pojawiło się nowe iveco, odetchnąłem z ulgą.

Retoryczne użycie form czasu przeszłego wiąże się jednak najbardziej z ich umiejscowieniem/pojawieniem się w strukturze reklamy. Za symptomy granic tekstu reklamowego można bowiem uznać dbałość o schematyczne prezentowanie zdarzeń w czasie. To, co zdarzyło się w przeszłości, wiąże się z używaniem innego (czyt. gorszego) niż reklamowany produkt, np.:

Tak było dotychczas, Dziś nowoczesne oświetlenie potrafi więcej.
(osram)

System totalitarny ukształtował się na bazie totalizmu. [...] Istnieje system odporny na wszelkie negatywne działania. (microsoft windows NT)

Wraz z upływem czasu obserwujemy wzrost liczby reklam porównujących jeden produkt z innym, który nie jest nazwany, lecz często dobitnie scharakteryzowany, np.: Oto jak drugi wyprzedził pierwszego. Tak reklamował się nowy ford focus, odnosząc się do reklamy poprzedniego modelu nazywanego Pierwszym na rynku. Tak zbudowane reklamy najbardziej wyraziście realizują retoryczny rodzaj deliberatywny, manifestują bowiem w tekście wygraną teraźniejszości z przeszłością, opierając się na unaoczniającym przedstawieniu. Dlatego też domeną reklam w sposób jawny rywalizujących jest telewizja i prasa, gdzie jest czas lub miejsce na przedstawienie i poddanie rozważeniu odbiorców wskazanych przez nadawcę „za” i „przeciw”. Tak więc użycie czasu przeszłego może być – wbrew powszechnym analizom – najbardziej retorycznie nośne.

Hybrydyczność

W opisie warstwy elokucyjnej konieczne należy zwrócić uwagę na h y b r y d y c z n o ś ć tekstu reklamowego, bo jest to taki gatunek mowy, który prócz zewnętrznych metatekstowych sygnałów delimitacji oraz graficznego logo i werbalnego sloganu nie ma językowych cech wyróżniających, które można by uznać za prymarnie związane z tym gatunkiem. Otóż właściwością reklamy jako gatunku jest jej

c u d z o ż y w n o ś ć – wyzyskuje cechy charakterystyczne dla innych gatunków po to, by skonstruować swój okaz.

Reklama, wierna w tym zabiegu retorycznym zwłaszcza zasadzie delectare, zaskakuje nas przeróżnymi aneksjami. Naprędce wyliczyć można choćby życzenia, bajkę, list, wywiad, ankietę, wykład, raport, zaproszenie. Dzieje się to w strukturze komunikatu reklamowego w dość przewidywalny sposób, konieczny do rozpoznania anektowanego gatunku. Rzecz jasna, nie może być reklama zbudowana wyłącznie z zapożyczonego okazu danego gatunku, lecz wyzyskuje elementy typowe (różnicujące) dla tegoż. Stąd dla rozpoznania niektórych gatunków wystarczą ich incipity, czyli zdania początkowe, np.:

powitanie w potocznej rozmowie:

A: Cześć! Słuchaj, mam randkę. Muszę świetnie wyglądać.

B: Cześć! Zobaczymy... (head&shoulders)

apostrofa w liście:

Kochana Marysiu! Par adiso to jedna wielka frajda.

Drogie Omo!

tytuł bajki:

„O tym, jak Dr. Oetker uczynił pieczenie przyjemnością”

Analogicznie wyróżniające dla niektórych gatunków mogą być formuły finalne, czyli zdania lub wyrażenia je kończące, np.:

wywiad:

OK i dzięki za wywiad. (tic tac)

wykład:

[profesor] Podsumujmy: wydajny, ożywia kolory... (pollena 2000)

Kolejnym sposobem uobecniania gatunku w reklamie jest użycie formuł metatekstowych, które go rozszyfrowują, np.:

raport naukowy:

Badania przeprowadzone przez [...] dowodzą, że [...] (ultra diet trim)

ankieta:

Aktualne wyniki ankiety przeprowadzonej wśród ludności... (melisana)

wyjaśnienie:

Czasem trudno odróżnić, co jest zmyślane, a co nie. [...] Stąd kilka słów wyjaśnienia. (tampax)

Ale nie tylko struktury werbalne reklama anektuje w swój obręb, lecz i praktyki typowe dla tekstów kulturowych, w których wcale nie dominującym kodem jest słowo. Otóż reklamodawcy budują fabuły z wyzyskaniem kadrów znanych z filmów (reklama polleny 2000 bazująca na postaciach Zagłoby i Kiemliczów z filmu „Potop” Jerzego Hoffmana; reklama ajaksu oparta na motywie muzycznym opery Bizeta „Carmen”; reklama serków topionych Hochlland). Wielekroć reklama sięga do sztuk wizualnych, choćby wykorzystując kulturowe znaczenia koloru i hierarchii rozmiarów. Spośród zaś sztuk fabularnych z łatwością znajdziemy w reklamowych konceptach powieść (chio), baśń (dr Oetker), komiks, film (hochlland), teatr (monte), operę (ajax), kabaret (idea). Oczywiście reklama nawiązuje też do gatunków filmowych: od filmu niemego (renault 19) przez komedię (pudliszki), horror (domestos) po film fantastycznonaukowy.

Starłam się w powyższym rozdziale przedstawić oblicza retoryki obecne we współczesnej reklamie widzianej w najszerszym kontekście. Uznałam, że warto Czytelnikowi zasygnalizować czasem tylko kierunek poszukiwań (a nie dokonywać scalonej analizy danego tropu retorycznego), niż ograniczyć reklamę na przykład do prasy, niwelując całkowicie problem brzmieniowy komunikatu. Nie było też możliwe zakończenie wielu poruszonych tu zagadnień retorycznych, reklama dzieje się bowiem na naszych oczach i jest takim gatunkiem współczesnej kultury, który właśnie nie może ulec skostnieniu i daleko idącej powtarzalności, prowadzącej do banalizacji. Jeśli reklamodawcy chcą uzyskiwać realny wpływ na kształtowanie postaw swych odbiorców, czyniąc z nich konsumentów, to dbać będą o coraz atrakcyjniejsze i zaskakujące użycie tropów i figur retorycznych.

Reklama zatem, argumentując, apelując, sugerując i oceniając wszystkimi dostępnymi jej współcześnie kodami, dąży do osiągnięcia swego nadrzędnego celu perswazyjnego. Jest trudniejsza w opisie

i interpretacji od antycznego wystąpienia retorycznego, gdyż próbuje godzić tradycyjne toposy i reguły z potrzebami społeczeństwa informacyjnego, ukształtowanego w ciągu ostatnich stu lat przez kulturę popularną i środki masowego przekazu. Chce schlebiać tradycji, a zarazem przypodobać się współczesnemu na wskroś człowiekowi. W porównaniu z tradycją starożytną jej pole oddziaływania może być nieporównanie szersze, jak i o wiele bogatsze są środki, którymi dysponuje. A jednak nieustannie bazą dla komunikatu reklamowego bez wątpienia pozostaje retoryka w każdym obliczu.

Jacek Warchala

Retoryka w obszarze public relations

[...] jest jedna zasada, od której się wyjść musi w każdej porządnej dyskusji. Przede wszystkim potrzeba wiedzieć, o czym się mówi, albo cała dyskusja na nic.

(Platon, Fajdros XIII C, tłum. W. Witwicki)

Sytuacja

Zacznijmy od zdefiniowania public relations[43], choć nie wydaje się to szczególnie łatwe, gdy weźmiemy pod uwagę fakt, iż jest kilkaset oficjalnie funkcjonujących definicji[44]. Public Relations Society of America przyjmuje następującą definicję: „Public relations pomagają organizacji i jej otoczeniu w przystosowaniu się do siebie nawzajem” (Seitel 2003: 10). Jedną z najbardziej upowszechnionych definicji PR jest ta, która traktuje public relations jako funkcję zarządzania, która bada nastawienie otoczenia, określa strategie i procedury jednostek lub organizacji wobec interesu publicznego oraz planuje i wykorzystuje program działania w celu uzyskania zrozumienia i akceptacji otoczenia” (Seitel 2003: 10).

Mimo że osiemnasto- i dziewiętnastowieczne początki public relations wskazywałyby raczej na szeroko rozumianą politykę czy ideologię[45] jako naturalne podłoże tej dziedziny, to jej współczesne dzieje pokazują wyraźnie, iż wraz z niezwykłym rozwojem w XX wieku marketingu, domeną PR staje się przede wszystkim gospodarka. Public relations zostają wykorzystane jako narzędzie marketingowe, przydatne współczesnej gospodarce krajów rozwiniętych, która to gospodarka przestała produkować jedynie towary użyteczne dla klienta i przynoszące zysk producentowi, a zaczęła produkować idee towarów wraz ze sferą

nadziei, marzeń, przeświadczeń i przekonań. Stało się to prawdopodobnie wówczas, gdy uświadomiono sobie, że pojęcie zysku przestaje być wiązane jedynie z producentem i staje się kategorią klienta, jako beneficjenta wartości nie tylko użytkowej towaru, ale swoście pojmowanej sfery ideologicznej, obejmującej na przykład oczekiwania klienta co do własnej pozycji w hierarchii społecznej; towar powinien te aspiracje potwierdzać. Także wówczas, kiedy pojawia się rozwinięta idea marki jako swoistej animizacji abstrakcyjnej wartości dodatkowej towaru, jego gwarantowanej jakości, innowacyjności, kultury produkcji, unikatowości, etyki i przyzwoitości producenta, czyli jego reputacji, ale także osobowości klienta, któremu marka ukazuje, kim jest lub kim chciałby być. Klient-konsument kupuje oferowaną przez przedsiębiorstwo społeczną wartość, którą zdołano wypracować i którą przejmuje marka uzyskująca własną osobowość^[46], mierzalną, porównywalną i podlegającą wymianie handlowej, a także komunikowaną poprzez strategicznie opracowany system promocji.

Public relations są zatem, obok reklamy, traktowane jako ważne narzędzie marketingowe, pozwalające na „utrzymywanie więzi z klientami, dostawcami, dealerami oraz szeroko rozumianą publicznością przedsiębiorstwa” poprzez takie działania, jak utrzymywanie stosunków z prasą, nadawanie rozgłosu produktowi, komunikacja wewnątrz i na zewnątrz przedsiębiorstwa, lobbying czy doradztwo. Tak właśnie cele PR w obrębie procesu marketingowego definiuje Philip Kotler (1994: 621), współczesny niekwestionowany autorytet w dziedzinie marketingu. Jeśli dla lepszego zrozumienia miejsca PR w obrębie działań marketingowych posłużymy się formułą 4p, czyli modelem: product-price-place-promotion (produkt-cena-dystrybucja-promocja), PR wraz z reklamą umieścimy w obrębie promocji.

Praktyka stosowana przez pracowników działów marketingowych i współpracujących z nimi agencji reklamowych dokonuje tu dalszego rozróżnienia ze względu na udział poszczególnych form promocji w całościowo konstruowanym budżecie promocyjnym przedsiębiorstwa. Wyszczególnia się tu te formy, które należą do wąsko pojmowanej reklamy, czyli reklamy klasycznej, tzw. above-the-line, i formy nieklasyczne, below-the-line. Do tych drugich należałyby działania public relations.

Ale nie wszyscy są przekonani co do tego, że public relations są integralną częścią marketingu, co wiąże się zapewne z przyjmowaniem różnych definicji i różnego zakresu działań przynależnych samemu marketingowi. Część teoretyków, należy do nich np. Sam Black (2005), jest skłonna zakresy te rozdzielić, a on sam przyznaje, że choć istnieje spory obszar wspólny, to jednak nie byłby skłonny uznać takich działań jak lobbying parlamentarny, wewnętrzne kontakty z pracownikami w ramach tzw. PR-wewnętrznego, kontakty ze społecznościami lokalnymi, zarządzanie kryzysowe, odpowiedzialność ekologiczna przedsiębiorstwa (Black 2005: 44), wreszcie np. non profit public relations jako działań, które mogłyby zostać objęte definicją marketingu. Z drugiej jednak strony, jeśli przyjąć definicję, którą za The Chartered Institute of Marketing przyjmuje Black (2005: 43): „Marketing to proces zajmujący się identyfikowaniem, przewidywaniem i zaspokajaniem wymagań klientów w sposób wzmacniający rentowność firmy”, to u podstaw marketingu stoi dwustronny proces wymiany symbolicznej, gdzie zarówno produkt, jak cenę, dystrybucję i oczywiście promocję można zrozumieć jako złożony komunikat – efekt procesu współtworzenia przez producenta ale też i klienta (w efekcie marketingowego rozpoznania rynku) znaczeń: np. cena jest znakiem relatywnej wartości produktu i może jako signifié ukonkretnić „status” rozpoznany w drodze badania aspektów psychologicznych danej grupy docelowej.

W przypadku marketingu oraz public relations i reklamy, bez względu na to, czy te dwie ostatnie formy zawierać się będą bez reszty w marketingu, czy jedynie zazębiać ze sobą, pozostawiając pewne obszary niezależne, mamy do czynienia z formą komunikacji publicznej i nakłaniającej[47], a zatem o prymarnej funkcji perswazyjnej (konatywnej). Ponieważ stanowi dziś spójny paradygmat komunikacyjny, proponuję nazwać tę formę komunikacji publicznej „dyskursem marketingowym”[48].

Podstawowymi sposobami realizacji dyskursu marketingowego będą reklama i public relations.

Burzliwy rozwój tej odmiany dyskursu nastąpił w XX wieku, gdy ustępował dyskurs propagandowy, dominujący w komunikacji publicznej czasów wielkich totalitaryzmów europejskich pierwszej połowy XX wieku. Natomiast w Europie Środkowej rozwój public relations

(i reklamy) nastąpił dopiero po 1989 roku, gdy kraje tej części kontynentu wywalczyły sobie demokratyczne stosunki, a odchodząc od gospodarki „permanentnego niedoboru”, przyjęły model gospodarki wolnorynkowej.

Czynników stymulujących rozwój public relations jest kilka.

Po pierwsze rozwój demokratycznych stosunków społecznych, które upodmiotawiają jednostki i całe grupy społeczne oraz umożliwiają im swobodny dostęp do komunikacji publicznej (co niezwykle przyspieszyło i zdynamizowało ten proces, to pojawienie się ogólnodostępnego Internetu). Warto na ten czynnik zwrócić szczególną uwagę, ponieważ wydaje się on fundamentem, na którym wybudowano w starożytnej Grecji retorykę i który, gdy demokratyzuje się Europa, pozostawiając za sobą resztki systemów totalitarnych, ponownie staje się czynnikiem rozwoju nowoczesnej komunikacji perswazyjnej, nowej retoryki, reprezentowanej właśnie przez sferę public relations. Bo – jak pisze Richard Volkmann (1995: 110) – „Wymowa (oratorstwo), a wraz z nią i retoryka może z natury rzeczy rozwinąć się pomyślnie tylko w tych krajach, w których obywatel obeznany z regułami wymowy może brać udział w kierowaniu ludźmi, a co za tym idzie – państwem”. Dlatego retoryka, czyli sztuka prowadzenia walki słowem, nie orężem, zyskała w Grecji tak ogromną przychylność ludzi wykształconych, w efekcie czego nastąpił jej rozkwit zarówno w sferze praktyki, jak i teorii. Podobną sugestię czyni Kenneth Burke (1977: 220): „Często jednak perswazję da się odnieść do ‘postawy’ raczej niż do czynu w ścisłym znaczeniu. Perswazja zakłada możliwość wyboru, a więc nieskrępowaną wolę; dotyczy człowieka tylko w takim stopniu, w jakim jest on wolny. Warto o tym pamiętać w dobie dyktatur lub pokrewnych im form sprawowania władzy”.

Następnie wśród czynników decydujących należy wymienić rozwój wolnego rynku i swobodną grę podmiotów gospodarczych z naczelną zasadą regulatywną, czyli zasadą konkurencyjności.

Rozwój środków masowego przekazu jako nośników coraz szybszej i coraz to bardziej pojemnej informacji, kolejny czynnik, dostarczył przedsiębiorcom narzędzia umożliwiającego dotarcie z informacją do szerokiego odbiorcy-klienta. Poprzez media przedsiębiorcy mogą prowadzić systemową politykę informowania i kształtowania opinii publicznej – jej gustów, stymulowania popytu, prowadzenia strategicznej promocji. Wraz z rozwojem środków masowego przekazu rozwija się

nowoczesne dziennikarstwo oraz niezwykle chłonny rynek czytelników (wizów, słuchaczy), wymagający stałego dostarczania aktualnej, świeżej informacji.

Ważnym czynnikiem było pojawienie się kultury masowej, powołującej do życia masowego odbiorcę, czyli publiczność konsumującą dobra kultury. Wraz z ewolucją kultury masowej w kierunku kultury popularnej zmienia się i publiczność z początkowo biernej w kierunku czynnie uczestniczącej już nie tylko w konsumowaniu, ale i produkowaniu kultury poprzez interaktywne media (takie jak wspomniany już Internet).

Ostatnim z czynników, który chciałbym tu wymienić, byłby rozwój dużych instytucji i ich wzrastające poczucie odpowiedzialności przed społeczeństwem za swą politykę rynkową oraz narastanie sytuacji konfliktowych pomiędzy grupami interesów; konflikty rozwiązywane są m.in. na drodze prowadzenia systematycznej walki przy użyciu środków masowego przekazu o reputację i dobre imię organizacji.

Konieczne rozróżnienia

Spróbujmy uchwycić istotę działań typu public relations przez porównanie ich do klasycznej reklamy. Trzeba w tym wypadku wziąć pod uwagę przynajmniej dwa aspekty: przebieg procesu promocji jako swego rodzaju komunikacji perswazyjnej i sposób konstruowania komunikatów nakłaniających.

Gdy idzie o pierwszy aspekt, organizację procesu komunikowania, różnic upatrywać należy w odpłatnej formie reklamy, co umożliwia reklamodawcy między innymi pełną kontrolę nad procesem promowania produktu (marki). Kontrola podlega kształtowi komunikatu, dobór elementów i środków wyrazu oraz miejsce, gdzie się on ukaze. Reklamodawcy opłacają dowolną liczbę modułów na stronie czasopisma, czas antenowy w radio czy telewizji, wreszcie powierzchnię na billboardzie, czyli tablicy umieszczanej na murach domów, przy drogach i autostradach.

Nie ma takiej możliwości kontrolowania treści komunikatów, lub jest ona znacznie ograniczona, w przypadku PR. Tu firma czy organizacja dostarcza jedynie informacji, których los zależy od tego, kto te informacje upowszechnia, czyli zwykle od dziennikarza. A zatem najlepiej

zorganizowana konferencja prasowa może nie mieć żadnego oddźwięku w prasie, najlepiej przygotowany komunikat może zostać przez dziennikarza przetworzony, ba, nawet zmieniony; nie możemy też do końca kontrolować, co tak naprawdę dziennikarz napisze o firmie, nawet wówczas, gdy otrzymał komplet doskonale pod względem merytorycznym przygotowanych materiałów.

Jednocześnie reklama klasyczna nastawiona jest na doraźne cele związane z wypromowaniem danego produktu oraz zachęceniem potencjalnego klienta do jego zakupu. Używana jest zatem jako ważne narzędzie służące zwiększeniu sprzedaży, umieszczeniu produktu na rynku, przedłużaniu jego żywotności na rynku itd. Działania PR są raczej długofalowe, rzadziej wiążą się z konkretnym produktem, nie służą doraźnym celom sprzedaży, lecz tworzą atmosferę zaufania do firmy, podtrzymując jej dobrą reputację. Jeśli zatem mają jakiś wpływ na sprzedaż, a niewątpliwie mają, to jest to wpływ pośredni, przez przeciętnego klienta niezauważalny natychmiast, a raczej należałoby powiedzieć, że nie jest konceptualizowany natychmiast – służy do tworzenia przekonań, wchodzi w system wartościowania poszczególnych elementów rzeczywistości, w tym i firm, marek, organizacji; pojawia się jako emocjonalne nastawienie do firmy czy marki.

Gdy idzie z kolei o drugi aspekt, kształt komunikatu, reklama buduje go, ze względu na figuratywności języka, jako dominantę procesu komunikacyjnego; nastawiona jest na kształt (ornatus) bardziej niż na transfer informacji, na realizację funkcji autotelicznej, samozwrotnej niż informatycznej, wykorzystuje jako użyteczne narzędzie retoryczne metaforę, metonimię, hiperbolę. Reklama deformuje przekaz w jego wymiarze znaczącym, bawiąc się słowem i nadając mu często nowe, niespotykane znaczenia. Komunikat reklamowy przypomina raczej awangardowe dzieło artystyczne, złożone z wielu współdziałających ze sobą kodów: werbalnego, ikonycznego, gestycznego, wielu tzw. kodów kulturowych.

Komunikaty PR przede wszystkim muszą spełniać funkcję informatywną przy wyraźnym pomijaniu funkcji autotelicznej; komunikat, pełniąc funkcję referencjalną, powinien być przezroczysty pod względem formy; gdybyśmy wprowadzili coś w rodzaju modelu informowania, to

reklama wykorzystuje zdanie metaforyczne, a PR – asertoryczne. Przetworzenia i deformacje nie powinny mieć tu miejsca.

Obie formy, i reklama i public relations, są traktowane jako komplementarne w obrębie promocji, choć jedni akcentują potrzebę widzenia komunikacji marketingowej jako procesu zintegrowanego, gdzie granice między reklamą klasyczną a nieklasycznymi formami promocji ulegają zatarciu, a formy przenikają się wzajemnie i nakładają na siebie. Ale są i tacy jak Al i Laura Ries (2004), którzy uwyrażniają różnice i podkreślają funkcjonalne odrębności obu dziedzin, tworząc ideologię wyższości, a raczej pierwotności public relations wobec reklamy (klasycznej) w ramach globalnego komunikatu promocyjnego.

W znanej, i nieco bulwersującej swymi ostro zarysowanymi sądami, pracy *Upadek reklamy i wzlot public relations* autorzy przedstawiają mapę różnic, zestawiając antynomiczne pary odpowiednio dla reklamy i PR: przestrzenność vs. linearność; niewiarygodność vs. wiarygodność; obrazowość vs. werbalność; krótkoterminowość vs. długotrwałość efektów, jednorazowość vs. długoterminowość działań (Ries, Ries 2004: 247–274). Skłania to do potraktowania procesu komunikacji i jego efektów w postaci gotowych już tekstów jako opozycji inwazyjności oddziaływania komunikatu i ostentacyjności jego formy w typowej reklamie wobec dyskretności i transparentności komunikatów public relations, które nie „atakują” jednostkowego odbiorcy wyrazistym symbolem, lecz dyskretnie budują publicity poprzez zbiorową interpretację odpowiednio opracowanych i celowych informacji.

Ku retoryce

Gorgiasz: Umieć na ludzi przekonująco działać słowami, wedle mego zdania; w sądzie skłaniać sędziów, a w radzie radców, a na zgromadzeniu publicznym publiczność [...]

Sokrates: Teraz, mam wrażenie, Gorgiaszu, najdokładniej objawiłeś, [...] że wymowa to jest wytwarzanie przekonań.

(Platon, Gorgiasz VII E; VIII A)

Sokrates za Gorgiaszem przytacza w tym miejscu najstarszą znaną definicję retoryki Koraksa z Syrakuz: „retoryka to sprawczyńi przekonań”. Można powiedzieć śmiało, że gdybyśmy nie mieli definicji PR, to ta definicja w zasadzie spełniałaby nasze oczekiwania, gdy idzie o określenie zasadniczej funkcji PR, czyli „wzbudzanie przekonań”. Nie wyczerpuje rzecz jasna wszystkich aspektów, ale pokazuje istotę i ma jedną zaletę – symboliczną. Pokazuje, że istnieje jedna linia rozwojowa tego zjawiska, które nazywamy komunikacją perswazyjną: od Koraksa, pierwszego teoretyka retoryki z VI wieku p.n.e. po dzisiejsze prace na temat technik przekonywania.

A. Retoryka jako teoria społeczna

Uczestnictwo w procesie wymiany dóbr w obrębie współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego funkcjonującego w realiach wolnego rynku towarów i usług wymaga umiejętności przekonywania. W kulturze masowej rośnie także potrzeba przekonywania na skalę masową, musi więc wzrosnąć rola nowej retoryki, nie jako sztuki ozdabiania mowy, a sztuki przekonywania, kształtowania właściwego sposobu docierania do odbiorcy masowego, ale także retoryki pojmowanej jako teoria społeczna i w tym sensie uwikłanej w proces spełniania się aktu mowy z interakcyjną kombinacją intencji nadawcy i interpretacji (także: oczekiwań) odbiorcy (słuchacza). W wymiarze społecznym, pragmatycznym, musimy w tym miejscu dostrzec swoistą permutację dwu elementów: szczerości i jawności, wymiarów, które dziś nabierają szczególnego znaczenia w teorii współczesnej komunikacji perswazyjnej, zwłaszcza w teorii i praktyce public relations. Tu szczerość i jawność bywa warunkiem wiarygodności, a często istnienia organizacji czy przedsiębiorstwa.

Retoryka antyczna nie rozważała szczerości i jawności jako możliwej opozycji, zakładała bowiem oba jako warunek komunikacji, a zarazem

etyczne wyposażenie retora, i jednocześnie jego licencję na uprawianie zawodu.

Zanim ktoś nie pozna prawdy w każdej materii, o której mówi czy pisze, i nie potrafi zgodnie z prawdą określić całości, a określiwszy, znów ją na poszczególne formy ciąć, aż dojdzie do elementów niepodzielnych; dopóki się w taki sam sposób nie zapozna z naturą dusz, i nie potrafi znaleźć w każdym wypadku takiego rodzaju mowy, który by danej naturze odpowiadał, pokąd nie potrafi mów swoich tak układać i zdobić, żeby duszom bogatym i subtelnym mógł podawać mowy haftowane i dźwięczne, a duszom prostym proste – tak długo nie potrafi być artystą, mistrzem w narodzie mów, i cała jego robota na nic, bo ani nie nauczy nikogo, ani nie przekona. (Platon, Fajdros LXII)

Kwintyliian zaś, komentując Platona, pisze: „Wyraźnie tedy widać z tego wszystkiego, że Platon nie retorykę jako taką uważał za zło, lecz sądził, że prawdziwa retoryka jest udziałem tylko człowieka sprawiedliwego i szlachetnego” (Kwintyliian, Inst. Or. 15, II, 28, tłum. M. Brożek), a dalej za Kleantesem: „retoryka jest umiejętnością rzetelnego (podkreśl. J.W.) przemawiania” [rhetoricien esse bene dicendi scientiam] (15, II, 34).

B. Retoryka jako teoria komunikacji

Retoryka jako teoria perswazji za punkt wyjścia bierze nie to, jakie rzeczy są, ale jak się nam zjawiają – ten jej aspekt podjął Harald Bloom (2003: 90). Arystoteles pisze o tym już na wstępie Retoryki: „Przyjmijmy zatem, że retoryka jest to umiejętność metodycznego odkrywania tego, co w odniesieniu do każdego przedmiotu może być przekonujące” (Retoryka 1355b: 25); a także: „Jest więc rzeczą jasną, że przedmiotem retoryki, podobnie jak dialektyki, nie jest jeden, ściśle określony rodzaj rzeczywistości”. Dziś ten sam problem dostrzegają teoretycy i praktycy public relations. Tak ujmuje to Piotr Czarnowski (2004; por. też 2006: 65–66): „PR to komunikacja, która jest tym lepsza, im bardziej jest dwustronna. Jak mówi Jerry Abramczyk – naszym zadaniem jest nie tylko przekazać informację, ale także pomóc odbiorcy w jej zrozumieniu”. Trzeba rozróżnić proces rozumienia znaczeń i proces wyjaśniania sensów,

który jest efektem interpretacji faktów mogących istnieć w dwóch różnych światach, tzn. nieść ze sobą różne sensy, różne potencjalne interpretacje. Misją PR w komunikacji między organizacją a otoczeniem jest podsuwanie interpretacji tam, gdzie istnieje możliwość interpretacji niekorzystnej dla nadawcy. A więc PR to proces nadawania sensu komunikatom wieloznacznym. Przekonanie bowiem, iż „w końcu jesteśmy zawsze zdani na wiarę, że inni rozumieją nasze słowa w gruncie rzeczy tak samo jak my [...] jest w tym wypadku słabą podstawą, aby budować na niej fundament języka jako narzędzia idealnego” (Frege 1977: 49).

Wracając do Arystotelesa, możemy wyciągnąć wniosek, że retoryka jako teoria perswazji zajmuje się przedmiotowym źródłem wieloznaczności na poziomie logos, intencjami na poziomie ethos i retoryką oddziaływania na płaszczyźnie pathos.

Na tych trzech filarach wspiera się pierwszy w historii komunikacji perswazyjnej model mechanizmu przekonywania, polegający na rozgraniczeniu logicznych (sfera logos) i odmiennych od argumentacji logicznej (sfera ethos i pathos) środków uwierzytelniania. Sfera ethos i pathos należy do pragmatyki mowy i wiąże się z uczestnikami komunikacji: nadawcą i odbiorcą oraz ich sytuacją; sfera logos to sam komunikat – jego kształt i sposób, w jaki został przekazany odbiorcy. Zadaniem retoryki jest, według Arystotelesa, odkrywanie wiarygodnych środków, aby przekonać słuchacza. Wszak przekonywanie a nie opisywanie świata staje się fundamentem komunikacji masowej.

Nasze rozważania o public relations jako formie komunikacji i aktywności społecznej chciałbym umieścić w tym właśnie trójelementowym modelu, co uwyraźni związki współczesnej komunikacji perswazyjnej z tradycją retoryki antycznej.

Ethos jest usytuowany w nadawcy, w mówiącym (mówcy – ta kategoria byłaby najwłaściwsza dla klasycznie pojmowanej retoryki), ponieważ zdaniem twórcy Retoryki, aby być skutecznym w przekonywaniu, należy najpierw zbudować własną wiarygodność i cnotę: „Przekonanie dzięki charakterowi mówcy rodzi się wówczas, gdy mowa wypowiedana jest w sposób, który czyni mówcę wiarygodnym. Jesteśmy bowiem na ogół skłonni uwierzyć we wszystkim ludziom uczciwym, a zwłaszcza w sprawach niejasnych i spornych” (Retoryka 1356a: 5).

Techniki współczesnej komunikacji perswazyjnej aktualizują ethos jako spoistość wizerunku, wyrazistość osobowości, także pojmowanej metaforycznie, jako osobowość spersonifikowanej marki oraz rozpoznawalność w tłumie marek i producentów. To ważne zadanie public relations, osiągane zwykle poprzez tzw. corporate identity (CI), czyli graficzną identyfikację (tożsamość) firmy lub marki.

Budowanie tożsamości i wiarygodności poprzez CI to oczywiście budowanie rozpoznawalności przedsiębiorstwa, marki czy produktu. Najbardziej oczywistym elementem owego wizerunku jest logo, znak rozpoznawczy, „herb” producenta, którego zadaniem jest wryć się w pamięć klientów, ale nade wszystko przekazać pierwszy sygnał wyrazistej osobowości. Logotyp składa się z elementu graficznego, symbolu firmy, i werbalnego, przy czym często element graficzny zostaje sprowadzony do specyficznej i odróżniającej się typografii, czyli zastosowania znaczącej czcionki. Logotyp to nie tylko sygnał rozpoznawczy, ale też próba uchwycenia psychologicznego wizerunku marki i ważny w dzisiejszej doktrynie marketingowej znak tożsamości mający uwiarygodnić markę (produkt) i producenta na rynku. Zapewne każdy zna logo koncernu naftowego „Orlen”: głowa orła narysowana charakterystyczną białą kreską na czerwonym tle wraz z integralną nazwą ORLEN. Oto przykład budowania przez logo tożsamości opartej w tym wypadku na konotacjach: polskości, agresywności i dominacji. Cechy te, skojarzone z miejscem koncernu na rynku paliw, jego ważnością w strukturze gospodarczej kraju, zasadami ekspansywnej polityki ekonomicznej, zmierzającej do inkorporacji mniejszych przedsiębiorstw i łączenia się z kapitałem zagranicznym, mają wzbudzić zaufanie zarówno klientów, którzy chętniej kupują produkty przedsiębiorstw silnych i coraz chętniej kupują produkty polskie, jak i udziałowców, którzy powierzają przedsiębiorstwu swoje pieniądze, i przekonać tych pierwszych do kupowania, tych drugich do inwestowania.

Promowanie marki rozpoczyna się zwykle od nazwy. Jest to pierwszy etap budowania marki i jej tożsamości. Nazwa posiada coś, co określa się jako potencjał umożliwiający dalsze promowanie. Marka musi mieć swoją siłę, jakiś potencjał perswazyjny, to jest także jej społeczna wartość, którą dysponuje właściciel marki. Żeby ująć rzecz obrazowo, a zarazem zbliżyć

się do pewnego charakterystycznego rysu sfery ethos – właściciel marki jest ubrany w jej cnotę – oto wymiar etyczny współczesnego rynku.

Budowanie tożsamości marki ma swój wymiar praktyczny: na współczesnym rynku panuje ogromny tłok marek i szum komunikacyjny spowodowany coraz to nowymi kampaniami promocyjnymi. Ponieważ bierze się pod uwagę uśrednione preferencje klientów, marki stają się coraz bardziej podobne do siebie. Stąd dążenie do odróżniania się poprzez nadawanie osobowości. Tożsamość w kategoriach komunikacyjnych można zapewne określić jako spójny przekaz interpretujący istotę marki, rodzaj etykiety z wyraźnie zaznaczoną intencją interpretacyjną – chodzi o zlikwidowanie nieporozumień co do identyczności odczytań przez odbiorców, co zresztą nie chroni przed sytuacją, gdy owa tożsamość jest niejasna już na etapie koncepcji lub nierealistyczna, a zatem źle obmyślona.

Na tożsamość składają się: osobowość (personifikacja), sfera interpretowanych korzyści dla użytkownika, system wartości, które inkorporuje marka (organizacja), inspiracje, które potrafi zasugerować klientowi-odbiorcy, portret użytkownika, jego osobowość, którą powinien odnaleźć i z którą może się utożsamić.

Na siłę wizerunku marki wpływa także wybitna osobowość, np. prezes firmy, koncernu, organizacji; mówi się wówczas o „twarzy organizacji”. Przykładem może być Jerzy Owsiak – twórca i szef wielkiej akcji charytatywnej „Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy”, a zarazem „twarz” tego przedsięwzięcia, któremu nadał niepowtarzalny charakter i osobowość. Często wykorzystuje się w tym celu znane postaci, ikony kultury masowej, autorytety, idoli kultury popularnej. „Twarzami” (osobowościami) akcji „pij mleko, będziesz wielki”, zachęcającej dzieci do picia mleka, byli: znany aktor Bogusław Linda i piosenkarka Kayah. Wartość autorytetu, któremu się wierzy i który się podziwia (choć czasami to jedynie podziw chwilowy, a wiara jakże płonna), tkwi w potencjalnej możliwości przekazania autorytetu marce (inicjatywie czy akcji).

Podobną rolę tworzenia tożsamości spełnia objęcie patronatu medialnego przez znane, najlepiej opiniotwórcze gazety, czasopisma, sieci telewizyjne czy radiowe.

Pathos, czyli potrzeba oddziaływania na odbiorcę. Ponieważ większość poglądów, które przyjmuje człowiek, jak twierdzili sofisci, ma charakter relatywny i opiera się nie tyle na prawdzie (aletheia), czyli zgodności z rzeczywistością, lecz na mniemaniu (doxa), poprzez umiejętne wykorzystanie środków językowych można wpływać na ludzi i kształtować ich przekonania (Podbielski 1988: 6). Arystoteles retorykę postrzegał przede wszystkim jako narzędzie pomocne w odkrywaniu wiarygodnych sposobów argumentacji (Podbielski 1988: 36), ale dostrzegał też rolę emocji jako środka wspomagającego akt przekonywania. Współczesne działania kształtujące relacje społeczne szansę na zwiększenie siły oddziaływania upatrują przede wszystkim w zwiększaniu zasięgu oddziaływania, doborze mediów precyzyjnie docierających do wybranego segmentu, poprzez segmentowanie społeczeństwa według grup homogenicznych potrzeb, sposobu myślenia ludzi, możliwości akceptowania przez nich danego typu argumentów i stereotypowych sądów. Ale technologia docierania musi być wspierana przez uczucia i emocje, które musimy wywołać, aby zaktywizować społeczeństwo lub określoną grupę do zaplanowanych działań lub określonego sposobu myślenia.

Ważną rolę w oddziaływaniu na emocje odbiorców odgrywa moda, poczucie więzi społecznej, patriotyzm, religia, ideologia (np. ekologia), uspołecznione wartości, zinternalizowane zbiorowe doświadczenia traumatyczne, takie jak katastrofa hali targowej w Katowicach, zamach terrorystyczny w Nowym Jorku, powódź w 1997 roku. Odwoływanie się do tych elementów potrafi wzbudzić pożądane, (zbiorowe) stany emocjonalne ułatwiające czy wręcz umożliwiające uzyskiwanie przychylności dla ważnych społecznie działań, poprzez mobilizację społeczeństwa, jego zdolność do poświęceń lub samoograniczenia się, akceptację dla zbiorowych akcji pomocowych, poparcie dla niepopularnych inicjatyw rządowych.

W wielkich akcjach przychylność społeczną uzyskuje się poprzez oddziaływanie na ustereotypowane przekonania i resentymenty, a przywołane wydarzenia nabierają wówczas rangi symbolu jednoczącego społeczności, przez co posiadają spory potencjał perswazyjny.

W nieco mniejszej skali – organizacji (firmy) czy branży – techniką wzbudzania pozytywnych uczuć jest stosowany często sponsoring.

Organizacja i marka absorbują przychylność poprzez wywołanie pozytywnych emocji towarzyszących zawsze silnym przeżyciom, które są niezawodnie wywoływane przez ważne wydarzenia sportowe lub kulturalne – festiwale, olimpiady, mistrzostwa.

Podobny mechanizm wywoływania pozytywnych emocji zaobserwować możemy w działaniach lobbingowych. Spotkanie z ważną, często legendarną, osobą oprócz innych korzyści, zawsze wywołuje silną emocjonalną aurę. Dlatego ważne osobistości, np. byli prezydenci, mężowie stanu, gwiazdy, „używane” bywają do sterowania decyzjami inwestorów i decydentów, aby ci podejmowali korzystne dla organizacji (rządów, grup społecznych) decyzje.

Logos to zasady konstruowania samego komunikatu. Ale współczesny komunikat perswazyjny, czy to reklamowy czy PR, nie może być traktowany tak samo, jak traktowała tekst tradycja retoryczna lub nawet nie tak dawno ukształtowana teoria tekstu. Ustalenia teoretyczne i wypracowane narzędzia (por. np.: Mayenowa 1979: 251–312, Dobrzyńska 1993, Wilkoń 2002) niekoniecznie pasować będą do opisu współczesnego komunikatu perswazyjnego. Komunikat taki podporządkowany jest zwykle ogólnej zasadzie myślenia strategicznego, które po pierwsze jest wyraźnie nakierowane na założony cel, po drugie – wszelkie działania podporządkowuje kompletnie opracowanemu planowi. Komunikat składa się z wiązki komunikatów cząstkowych, tworzących coś, co określiłbym jako komunikat globalny^[49] – stanowiący odpowiedź na potrzeby współczesnej gospodarki oraz wymaganie masowego społeczeństwa. Omówmy pokrótce jego cechy:

1. Komunikat przestaje być samodzielny, działa zawsze w układzie angażującym nadawcę i odbiorcę, przy czym odbiorca jest elementem konstytuującym tekst; jest to tekst ze względu na nadawcę – ale nie wpisanego w tekst, wirtualnego, a konkretnego, społecznie uśrednionego, rozpoznanego jako grupa docelowa.

2. Traci swą werbalną dominację – funkcjonuje jako wypadkowa wielu kodów, w zasadzie wszystkich znanych nam kodów kultury; kod werbalny można jednak określić jako kod centralny o funkcji nadawania znaczeń.

3. Traci swą spójność jednostkową, stając się częścią komunikatu rozłożonego na komunikaty cząstkowe, transformowane przez różne

media, które zawsze podkreślają inną dominantę semantyczną (radio – głos, telewizja – obraz, gazeta – tekst; uzyskuje się tu tzw. efekt synergii: podbijania semantycznego, rozkawałkowania i atakowania odbiorcy coraz to innymi dominantami. W tak rozumianym komunikacie globalnym, częściowym komunikatem konstruującym np. wiarygodność firmy może być garnitur szefa organizacji, miejsce umieszczenia artykułu prasowego czy zorganizowania konferencji prasowej, styl wystroju wnętrza, kolorystyka raportu rocznego, nazwiska dziennikarzy obecnych na konferencji itp.

4. Komunikat globalny rozsądza tradycyjne rozumienie znaczenia: nie jest to suma znaczeń, nie jest to prosta wypadkowa znaczeń, jaką obserwuje się w mechanizmie metafory, nie jest to amalgamat znaczeniowy; jest to sens ujawniający się w interakcji, dynamiczny, polegający na uaktywnianiu całego horyzontu poznawczego rozpoznanego dla danej grupy docelowej, oparcia się na mechanizmie analogii, pamięci intertekstualnej, przeniesienia stereotypowego, emocjonalizacji i aksjologizacji.

Tekst, który traci swoją autonomię, musi być badany metodami nieautonomicznymi; mówienie o reklamie czy PR w aspekcie gramatycznym, zdaniowym, analizując stronę werbalną, to tylko mówienie o części komunikatu globalnego, choć części bardzo ważnej, ponieważ ona niesie zwykle ze sobą główną informację.

Komunikacja typu public relations jest determinowana kanałem przesyłania informacji, czyli wymogami środków masowej komunikacji. To one narzucają kształt językowy i sposób podania informacji i warunkują ścisły związek między PR a dziennikarstwem rozumianym nie tyle jako profesja, co raczej jako sposób konceptualizacji świata z perspektywy zasad budowania informacji medialnej. Warunkiem zaistnienia informacji PR jest zdolność podporządkowania się wymogom warsztatu dziennikarskiego.

W zrozumieniu zasady konstruowania komunikatów w ramach działań public relations pomocne mogą okazać się trzy spośród pięciu działań klasycznej teorii retorycznej: inventio, dispositio i elocutio.

Inventio to dobór argumentów, które w codziennej praktyce PR, a zwłaszcza w technikach PR-kryzysowego, oznaczają dobór i prezentację

faktów. Logos rozumiany jest jako „wymowa samych faktów” (Podbielski 1988: 41), co można zrozumieć także jako zagadnienie doboru faktów (także toposów) i zastosowanie adekwatnych środków językowych, np. tropów czy właściwego w danej sytuacji stylu mowy, aby fakty te w najkorzystniejszy sposób przedstawić.

To, co w dziennikarstwie jest faktem, opisanym i skomentowanym, aby zobrazować zaistniałą sytuację, w praktyce public relations jest argumentem, na wzór argumentów gromadzonych przez retora do udowodnienia założonej tezy. Oto jedna z różnic między materiałem dziennikarskim a piarowskim. Dziennikarz konstruuje materiał ze względu na dynamikę sytuacji i potrzebę obiektywnej informacji przekazywanej opinii społecznej, w imieniu której występuje; piarowiec ze względu na żywotne interesy Organizacji, którą reprezentuje, i stałą potrzebę budowania pozytywnego jej wizerunku.

W przypadku efektu pracy dziennikarza będziemy mówili raczej o selekcji faktów, która jednak nie niszczy obiektywności danej relacji, zachowuje wymóg wszechstronnego naświetlenia sytuacji opisywanej i konieczność pokazania pozytywnych czy negatywnych jej aspektów, poszukuje psychologicznych uwarunkowań czynów i postępów. I nawet rodzące się wątpliwości co do potrzeby użycia kontrowersyjnego materiału, mogą być uzasadniane uczciwością dziennikarską i potrzebą wolności słowa.

Piarowiec będzie nie tyle selekcionował, co dobierał i komponował fakty tak, aby uwzględnić pozytywne aspekty nawet tam, gdzie pojawiają się problemy i wątpliwości. Wcale to jednak nie oznacza, że dziennikarz musi podać wszystkie fakty bez wyjątku w imię obiektywności, a piarowiec zatajać negatywy, posuwając się do świadomie użytego kłamstwa. Choć zatajanie jest często spotykaną praktyką zwłaszcza w przypadkach kryzysów zaistniałych w firmach. W jednym i drugim przypadku istnieje wiele dodatkowych ograniczeń i zasad narzucających potrzebę selekcji materiału. W przypadku dziennikarza najbardziej ogólną zasadą selekcji jest odpowiedzialność: „My dziennikarze – pisał Maciej Iłowiecki – nie powinniśmy udawać, że chodzi tu tylko i wyłącznie o wolność słowa, o swobodny przepływ informacji i jawność życia publicznego – choć są to właśnie warunki sine qua non naszego działania. Wiemy doskonale, że wolność słowa może być pełna tylko

w nierozzerwalnym związku z odpowiedzialnością” (Iłowiecki 1989: 3). Mechanizm nieretorycznej selekcji materiału prześledźmy na przykładzie zaleceń sformułowanych przez angielską stację BBC dla swoich dziennikarzy relacjonujących wypadki i katastrofy:

Relacjonując wypadki, katastrofy i niepokoje społeczne, dziennikarze BBC muszą wszechstronnie i dokładnie przedstawiać zdarzenia, nie przysparzając jednocześnie niepotrzebnego cierpienia i nie wywołując niepokoju. Musimy być rzetelni, odważni i wrażliwi. Starajmy się, by podekscytowanie, które zwykle towarzyszy relacjonowaniu ważnych wydarzeń, nie wpływało na przekaz. Może ono bowiem powodować wrażenie, że obecność reportera na miejscu zdarzenia sprawia mu przyjemność. – I dalej kilka szczegółowych zaleceń stacji BBC w tej samej materii. – BBC nie powinno przysparzać dodatkowego cierpienia rannym i rodzinom ofiar; reporterzy i osoby zbierające informacje na miejscu zdarzenia bardzo często pracują w napięciu. Dlatego podczas selekcji informacji redakcje powinny kierować się taktem i wrażliwością; pospieszne, nieprzemyślane pytania [...] [jeśli to możliwe] należy usuwać z programów w trakcie montażu; należy unikać pokazywania zwłok. Nawet jeśli są przykryte kocami, nie można nadużyć ich widoku; tylko w bardzo nielicznych sytuacjach można uzasadnić pokazywanie scen umierania ludzi, zabijania oraz egzekucji; inne kontrowersyjne obrazy można pokazywać tylko w bardzo krótkich ujęciach [...]; zwykle szerokie plany są mniej agresywne niż zbliżenia. (Jakubowicz 1989, 9–10)

Zasady selekcji tu zaprezentowane nie zaburzają obiektywnej relacji; selekcja dokonana jest ze względu na odbiorcę, a nie ze względu na nadawcę i jego wizję rzeczywistości, nie prowadzi do udowodnienia założonej tezy, nie komponuje rzeczywistości tak, aby fakty tworzyły naddaną ideologię; dziennikarz przy zabiegu selekcji nie może manipulować odbiorcą, narzucając mu interpretację zgodną z jakimś celem perswazyjnym.

Na czym polega selekcja informacji w kampanii PR? Sam Black omawia w swej książce przykład znakomicie przeprowadzonych działań w ramach kampanii public relations. Agencja PR miała za zadanie

przeprowadzić akcję informacyjną dla mieszkańców miasteczka o tym, że ich szpital przystąpi do trustu National Health Security. Kierownictwo szpitala obawiało się jednak protestów i mocnego sprzeciwu, zwłaszcza że lokalne media mocno ten pomysł krytykowały. Przyjrzyjmy się temu opisowi:

Zarówno kierownictwu, jak i pracownikom zależało na jak najpełniejszych informacjach[50]. Postanowiono wykorzystać [...] media do zaprezentowania sprawy wejścia do trustu, zamieszczając w prasie opis zagadnień dotyczących postępów w ubieganiu się o członkostwo i mających stąd wyniknąć korzyści. Opracowano specjalny dodatek do jednej z lokalnych gazet i przesłano go do każdego gospodarstwa domowego. [...] zawierał jasno przedstawione argumenty przemawiające za tą decyzją. Zamówiono film [...] organizowano spotkania na terenie szpitala [...] przygotowano stoisko z materiałami pokazowymi.

Po zapadnięciu decyzji o przyjęciu szpitala do trustu NHS zaczęto kłaść większy nacisk na informowanie o spodziewanych korzyściach płynących z tej zmiany.

[...] Przekazywano mediom optymistyczne komunikaty na temat nadchodzących zmian i podniesienia poziomu jakości usług szpitala.

Przygotowano wiele akcji, aby uczcić dzień wejścia do trustu. Na przykład dzieci urodzone 1 kwietnia otrzymały od przewodniczącego trustu prezenty. [...] Zrezygnowano z bardziej oficjalnych działań, ponieważ uznano, że położenie zbyt wielkiego nacisku na zmianę może wywołać niepotrzebne zamieszanie. (Black 2005: 29–30)

Przykład pokazuje zasadę retorycznej selekcji (doboru) materiału; dobierane są fakty, przedkładane argumenty, które powinny wywołać pozytywny oddźwięk w społeczności; mówi się o zaletach, ale pomija strony negatywne, tak, jakby nie istniały.

Wprawdzie z opisu nie wynika to zbyt jasno, ale można także wyciągnąć ostrożne wnioski co do innego zastosowanego tu elementu inventio: wyraziście zarysowanego tematu ostatnich etapów akcji. Agencja zdecydowała, że argumentacja gromadzić się będzie nie wokół tematu „zmiana”, lecz tematu „wejście”. „Zmiana” może mieć bowiem

negatywne konotacje, a przede wszystkim wywołuje zwykle lęk i obawę; „wejście” nie musi mieć takich konotacji. W argumentacji wykorzystano motywy (toposy) dziecka i narodzin nowego życia, aby argumentować (zastosowano oczywiście argument retoryczny – entymemat) potrzebę wejścia, a w każdym razie, aby „wejście” było pozytywnie kojarzone z radością oczekiwanych narodzin. Między tymi faktami nie ma żadnego przyczynowo-skutkowego ani logicznego związku, ale taka właśnie jest natura argumentów retorycznych.

„Przekonanie przez samą mowę osiągniemy wówczas, kiedy udowodnimy prawdę lub pozór na podstawie wiarygodnych dla każdej rzeczy przesłanek” (Retoryka 1356a: 15). Proces ten obejmowałby zarówno dobór argumentów logicznych, tzw. sylogizmów, ale też entymematów, czyli sylogizmów sofistycznych (erystycznych), działających na zasadzie wnioskowania z tego, co wydaje się wiarygodne (Topiki 100b, 101a; O dowodach sofistycznych 165b). Jego podstawą formalną jest prawdopodobieństwo prawdy. Retoryczne toposy, wspólne miejsca zaczepienia mówcy i publiczności to nic innego, jak nawyki myślenia, a zatem sylogizm retoryczny wykorzystuje jako przesłankę większą społeczny uzus, sposób myślenia, przyjęte powszechnie poglądy, sądy stereotypowe.

Dispositio, czyli uporządkowanie materiału, o którym możemy mówić zarówno w ramach komunikatu globalnego, np. kampanii public relations, jak i poszczególnych komunikatów cząstkowych.

Każda prawidłowo przeprowadzona kampania PR ma swoją dynamikę i rytm wynikające z porządkowania jej elementów. Stanowi coś w rodzaju koherentnego tekstu z przygotowaniem (wstępem), rozwinięciem i zwieńczeniem.

W roku 2001 prowadzone były w kilku wybranych gminach i powiatach działania public relations w ramach projektu likwidacji skutków powodzi z 1997 roku; projekt realizowany był na podstawie umowy, którą rząd Polski podpisał z Bankiem Światowym. Celem działań była edukacja ludności na terenach zalewowych i przygotowanie społeczności do radzenia sobie w sytuacjach zagrożenia klęskami żywiołowymi. Konstrukcja kampanii została oparta na schemacie tzw. komunikacji pośredniej Katza-Lazersfelda. Pierwsze komunikaty organizatorzy

skierowali do tzw. liderów społecznych, czyli dziennikarzy, księży, pastorów, wyższych urzędników administracji państwowej i samorządowej, dyrektorów przedsiębiorstw i kierowników organizacji społecznych.

Głównym sposobem komunikowania była konferencja prasowa ze szczegółowo opracowanym scenariuszem, dyskusją, rozdawaniem materiałów informacyjnych, które objaśniały racjonalne powody podjęcia akcji, wreszcie kończącym całość „spotkaniem nieoficjalnym”, na którym można było wymieniać poglądy i porozmawiać na temat idei kampanii. W tej części dominowały argumenty racjonalne, a materiały informacyjne były bardzo szczegółowe i na wysokim poziomie językowym – użyta została jego odmiana prawno-administracyjna i naukowa. Efektem konferencji była następnie popularyzacja idei profilaktyki przeciwpowodziowej poprzez prasę lokalną, zebrania pracowników, spotkania wiernych ze swoimi duszpasterzami. Równocześnie w prasie publikowane były także materiały przygotowane bezpośrednio przez prowadzących akcję.

Po tym etapie zostały przygotowane materiały informacyjne dla ludności wyjaśniające, jak zachować się podczas klęsk żywiołowych, szczególnie podczas powodzi, podające bezpieczne miejsca ucieczki oraz punkty ewentualnych zbiórek. Dominował prosty komunikat informacyjny sformułowany językiem potocznym. Komunikaty, broszury, ulotki, kalendarze były kolportowane np. przez strażaków do wszystkich domów na zagrożonym terenie.

W końcu przygotowano i przeprowadzono różnorodne imprezy masowe: quizy, festyny, występy artystyczne, konkursy rysunkowe dla dzieci. Ten etap można by nazwać komunikatem emocjonalnym – społeczność lokalna miała okazję uczestniczyć bezpośrednio w atrakcyjnym „wydarzeniu” i poprzez zabawę interaktywnie poznać zasady profilaktyki lub wykorzystać wiedzę już zdobytą po lekturze materiałów informacyjnych.

Taka wielokanałowa komunikacja z poszerzającą się skalą racjonalno-emocjonalną komunikatów cząstkowych, angażujących w interakcję coraz to nowe grupy społeczne przyniosła na ogół bardzo dobre rezultaty perswazyjne, gdy idzie o nakłanianie do przyswajania określonych zachowań i popularyzację (rozumienie) głównej idei całej akcji.

Głównym zadaniem pracowników działu public relations w firmach i organizacjach jest utrzymywanie stałych kontaktów z prasą poprzez dostarczanie jej sporych porcji informacji. Głównym gatunkiem wykorzystywanym do tego celu jest informacja prasowa. Gra idzie o to, aby dobrze opracowany materiał został przyjęty przez dziennikarza i opublikowany w całości lub z nieznacznymi ingerencjami samego redaktora. Zwiększa szansę opublikowania jego atrakcyjność, aktualność, ważność dla opinii społecznej, ale także, a może przede wszystkim, zachowanie schematu informacyjnego: kto mówi [znany nadawcy] – co mówi [wyraźnie sformułowana treść] – do kogo mówi [dobrze zaprojektowane audytorium–czytelnik–widz] – z jakim skutkiem mówi [możliwe do przewidzenia efekty komunikatu].

Ważny jest także układ (schemat) informacji w obrębie tekstu, który bywa określany jako zasada odwróconej piramidy, stosowana powszechnie przez dziennikarzy w standardowym materiale informacyjnym. Zaletą schematu jest zwiększenie siły informacyjnej oraz nacisk na informację aktualną – tzw. news.

Układ odwróconej piramidy polega na umieszczeniu na pierwszym miejscu informacji najbardziej aktualnej, co załamuje tradycyjny układ czasowy dziania się wydarzeń i logiczny oparty na łańcuchu przyczyna–skutek. Przygotowany materiał ma następujące części: tytuł (jego funkcja to przyciągnięcie uwagi, zaciekawienie, dostarczenie głównej informacji tak, aby pobudzić do przeczytania); nadtytuł (uzupełnienie informacji zawartej w tytule); lead (zwykle „wyłuszczone” zawiera najważniejszą informację); poparcie (co się wydarzyło, wypowiedzi naocznych świadków, wypowiedzi ekspertów lub ludzi dobrze poinformowanych); tło (przytoczenie kontekstu wydarzeń, przypomnienie historii wydarzeń, przedstawienie dziejów problemu, faktów bezpośrednio wpływających na takie a nie inne poczynania bohaterów wydarzeń). Bardzo ważne, z komercyjnego punktu widzenia, jest dobre sformułowanie tytułu i pierwszego zdania, które powinno być bardzo atrakcyjne z formalnego i merytorycznego powodu i mocno akcentować główny temat, ewentualnie tezę[51].

Oto przykład odwróconej piramidy informacyjnej w tekście dziennikarskim:

[tytuł]:

KE upomina Polskę ws. nr alarmowego 112

[lead]:

Komisja Europejska wzmogła nacisk na Polskę w sprawie umożliwienia służbom ratunkowym zlokalizowania osób dzwoniących po pomoc z telefonów komórkowych. Rozwiązanie takie jest przewidziane w prawie unijnym, ale Polska dotąd go nie wprowadziła.

[poparcie]

Dlatego KE ogłosiła, że wszczęła w tej sprawie drugi etap procedury, która może się zakończyć przed Trybunałem Sprawiedliwości UE w Luksemburgu. Informacja o lokalizacji osób dzwoniących na numer 112 to dla obywateli UE sprawa kluczowa. Może ratować życie – oświadczyła komisarz ds. społeczeństwa informacyjnego i mediów Viviane Reding. Wzywam kraje członkowskie, aby nie traciły więcej czasu i wprowadziły odpowiednie zmiany – dodała pani komisarz.

[tło]

Brak koniecznych rozwiązań Komisja Europejska zarzuca wielu krajom. Belgię, Francję i Słowenię, podobnie jak Polskę, już raz upominała. Ponieważ nie odniosło to rezultatu, zdecydowała się otworzyć drugi etap postępowania, wysyłając do nich tzw. uzasadnione opinie. Kraje mają na odpowiedź dwa miesiące – jeśli KE uzna je za niewystarczające, będzie mogła skierować sprawę do Luksemburga. (Onet.pl z dnia 04.04.2006 r.)

Kolejny przykład to już standardowo opracowany materiał PR, przygotowany jako informacja prasowa do opublikowania, przesłany do portalu internetowego zajmującego się sprawami public relations:

[TYTUŁ]

Spotkanie menadżerów koncernu Fuchs w Krakowie

[LEAD]

Dzisiaj, 10 kwietnia, rozpocznie się Global Management Meeting – spotkanie prezesów z całego świata koncernu Fuchs Petrolub AG,

największego niezależnego producenta olejów i smarów. Menadżerowie firm należących do niemieckiego giganta spotkają się w Krakowie (Hotel Sheraton). Impreza na tak dużą skalę jest organizowana w Polsce po raz pierwszy.

[POPARCIE]

Podczas trzydniowego spotkania omówione zostaną bieżące sprawy koncernu. Uczestnicy będą także mieli możliwość wymiany doświadczeń – często bowiem podobne problemy mogą pojawiać się w różnych krajach. Wtedy wszyscy uczestnicy zastanawiają się nad rozwiązaniem, bądź też Ci, którzy już napotkali podobne trudności, podpowiadają innym rozwiązania.

Na zakończenie spotkania, we wtorek 12 kwietnia, menadżerowie zwiedzą gliwicką fabrykę olejów i smarów należącą do Fuchs Oil Corporation (PL).

– Organizacja tak ogromnej i prestiżowej imprezy jest dla nas, polskiego oddziału Fuchs Petrolub AG, ogromnym wyróżnieniem. W ciągu ostatnich kilku lat organizowaliśmy spotkania międzynarodowe, jednak poprzednie zjazdy były niższej rangi – mówi Piotr K., członek zarządu Fuchs Oil Corporation (PL).

Do Polski, oprócz niemieckiego zarządu koncernu, przyjadą menadżerowie między innymi z Rosji, USA, Singapuru, Japonii, Meksyku, Argentyny, Tajlandii, Arabii Saudyjskiej czy Indonezji.

Spotkania tego typu sprzyjają także promocji naszego kraju za granicą. Uczestnicy zwiedzą najbardziej znane polskie zabytki, m.in. Kopalnię Soli w Wieliczce.

[TŁO DO WYKORZYSTANIA]

Fuchs Petrolub AG – powstał w 1931 roku w Mannheim w Niemczech. Początkowo mała rodzinna firma z czasem stała się międzynarodowym koncernem – największym niezależnym światowym dostawcą środków smarnych.

Koncern zatrudnia ponad 4 tysiące pracowników w prawie 80 firmach działających na całym świecie.

Fuchs oferuje środki smarne dla setek zastosowań. Produkty stosują kierowcy samochodów osobowych, motocykliści, firmy transportowe

i komunikacyjne, kopalnie, huty, producenci pojazdów i maszyn, użytkownicy maszyn budowlanych i rolniczych.

Koncern Fuchs w latach 2002, 2003 został uznany przez Daimler-Chrysler za najlepszego dostawcę. Samochody marki BWM, Mercedes Benz opuszczają fabryki napełnione olejami tego producenta.

Fuchs Oil Corporation (PL) jest polskim oddziałem koncernu. W kraju przedsiębiorstwo prowadzi działalność od 1990 roku. Centrala firmy oraz zakład produkcyjny znajdują się w Gliwicach. Firma posiada również własne laboratorium. Fuchs Oil Corporation (PL) należy do Klubu Gazele Biznesu, jest również laureatem nagrody „Przedsiębiorstwo Fair Play” oraz „Biała Lista – Solidna Firma”.

Materiał konstrukcyjnie w zasadzie powiela schemat materiału dziennikarskiego, różni się jednak od niego umieszczeniem informacji o charakterze subiektywnym, oceniającym i promocyjnym: wypowiedź członka zarządu, która podkreśla rangę imprezy i rangę firmy-organizatora; informacja o firmie i nagrodach podkreśla jej wysoką rangę na rynku. Charakterystyczna jest także dyskretna „wymowa optymistyczna” tego tekstu.

Elocutio, czyli dobór funkcjonalnych form stylistycznych, w przypadku PR „daje do myślenia”. Pojawia się bowiem fenomen, który określiłbym jako język in absentia; języka (stylu funkcjonalnego) public relations po prostu nie ma, on rozplywa się w innych stylach czy językach, chowa się za nimi; pozostaje przezroczysty, absolutnie transparentny i to jest jego funkcja – nie zwracać na siebie uwagi, być zawsze pod spodem, jak współczesny, świadomie skonstruowany palimpsest, który jest ukryty pod tekstem właściwym; język PR jest jak palimpsest; naśladuje teksty dziennikarskie: informacyjne, publicystyczne, a im lepiej naśladuje, tym bardziej staje się transparentny i w efekcie funkcjonalny.

Tu można zaakcentować pozytywną i negatywną stronę tak postawionego zagadnienia: negatywna – tekst PR udaje inny tekst, jest to świadomy kamuflaż po to, aby kogoś do czegoś nakłonić, a może i kimś manipulować, ponieważ myśli, że czyta informację dziennikarską, gdy w rzeczywistości czyta tekst PR. Trzeba bowiem dodać, że wiarygodne

badania naukowe pokazują, iż ok. 70% materiałów dziennikarskich ma swoje źródła w różnego rodzaju agendach prowadzących działania public relations (Goban-Klas 1997: 13). Pozytywny: eksponuje elementy pozytywne i konstruktywne; nie chce dostrzegać świata w jego sprzecznościach nie do pogodzenia; przewyższa owe sprzeczności w imię dobrej reputacji firm i organizacji.

Zasada ukrywania figuratywności, oszczędność i nieautoteliczność, brak ostentacji stylistycznej i formalnej, która jest raczej domeną reklamy, oto główne cechy tego języka, a może stylu funkcjonalnego, którego dominantą jest brak własnego oblicza językowego. Jeśli chcielibyśmy jednak ujawnić kilka ogólnych zasad językowego wyposażania tekstów PR, to trzeba tu powiedzieć o dążeniu do poprawności gramatycznej i unikaniu wszelkich przejawów łamania normy fleksyjnej czy składniowej, co nie jest wcale rzadkim zjawiskiem np. w typowym tekście reklamowym. Dominacja funkcji informacyjnej zakłada ogólną dyrektywę stylistyczną pojmowaną jako dążenie do jasności i przejrzystości języka. Osiąga się to na przykład poprzez wybór adekwatnej do tematu leksyki, która nie zwraca na siebie uwagi, a zatem unika się np. wyrażen ozdobnych, neologizmów, barbaryzmów, także nadmiaru terminologii – a to już ważny czynnik poszerzający grupy uczestników procesu komunikacyjnego. Struktury składniowe nie są skomplikowane. Wewnątrz zdania dominuje nierozbudowana grupa podmiotu – to efekt dyrektywy jasności i przejrzystości oraz unikania wszelkiej ostentacji; nie nadużywa się przydawek, a jeśli te się pojawiają, to raczej w prepozycji – dzięki temu szyk zdania wydaje się naturalny i nie odbiega od przeciętnego wyrażenia z wyższego rejestru odmiany potocznej. Unika się trudnej dla dzisiejszego czytelnika składni imiesłowu, zastępując równoważniki imiesłowowe, zwłaszcza z imiesłowami uprzednimi, parataktycznymi układami zdań pojedynczych lub prostą składnią podrzędną, bez wtrąceń parenetycznych i zdań szkatułkowych.

Temu wyposażeniu gramatycznemu towarzyszy unikanie wyszukanych figur retorycznych, a metaforyka nie odbiega od przeciętnych metafor „życia codziennego” i jest stosowana niezwykle oszczędnie. Jest to poniekąd ukrywanie figuratywności języka.

W uchwyceniu odmienności reklamy i public relations, nie po to, aby przeciwstawiać sobie te dwie formy komunikacji perswazyjnej, lecz by

lepiej zrozumieć fenomen PR, pomocne może okazać się rozróżnienie na figurę retoryczną i figurę stylistyczną zaproponowane przez Perelmana i Olbrechts-Tyteca (Perelman 2002: 10): „Uznajemy figurę za argumentacyjną o ile, pociągając zmianę punktu widzenia, jej użycie wydaje się normalne w stosunku do zasugerowanej, nowej sytuacji. Jeżeli natomiast mowa nie powoduje akceptacji danej formy argumentacyjnej przez słuchacza, figura będzie postrzegana jako ozdoba, jako figura stylistyczna”. Ta wewnętrzna sprzeczność metafory, która raz postrzegana jest jako retoryczna, a raz jako estetyczna, wynika z refleksji nad historią odchodzenia retoryki od swej istoty, pojmowanej jeszcze przez Arystotelesa jako sztuka argumentacji, w kierunku retoryki jako figuracji – teorii wysławiania i teorii tropów[52].

Jeśli kontynuować tę myśl, teoria reklamy będzie wyprowadzana z tradycji retoryki jako teorii tropów, public relations z retoryki jako teorii argumentacji.

Zakończenie

Kiedy w XIX wieku retoryka została usunięta ze szkół, wydawało się, że ponaddwudziestowieczna tradycja załamała się, że retoryka odejdzie w cień, że zniknie jako sprawność i jako dziedzina wiedzy. A jednak przetrwała w podręcznikach kaznodziejstwa, mowach wielkich przywódców, homiliach i kazaniach, poezji i wielkiej publicystyce, wykładach uniwersyteckich i podręcznikach szkolnych, które uczą, że dobre wypracowanie ma swój początek, rozwinięcie i zakończenie – to także retoryka. Rozwój współczesnej komunikacji perswazyjnej, demokracji parlamentarnej, nowoczesnej gospodarki, z negocjacjami jako stałym elementem gry rynkowej, wreszcie potrzeba negocjowania przyjęcia do pracy, lepszych warunków płacowych, lepszego miejsca w hierarchii przedsiębiorstwa, to wszystko powoduje, iż zainteresowanie umiejętnością stosowania techniki perswazyjnej wzrasta. Pojawiają się podręczniki uczące wymowy, negocjacji, pisania poprawnych tekstów. Wzrasta świadomość ludzi, że umiejętność skutecznego użycia języka może rozstrzygać o awansie zawodowym, a dobre mówienie jest znakiem

naszej pozycji społecznej. Retoryka, jak Chińczycy u Wyspiańskiego,
trzyma się mocno.

Beata Gaj

Retoryka w szkole

Aby retoryka nie pozostawała w strefie zainteresowań wyłącznie teoretycznych, niezbędny jest przynajmniej jeden podstawowy warunek: musi istnieć uświadomiona potrzeba społeczna kształcenia umiejętności przekonywania i dyskusowania. Z pewnością system demokratyczny i gospodarka rynkowa w ciągu ostatnich dziewiętnastu lat wpłynęły na ożywienie zainteresowania retoryką praktyczną w Polsce. Zauważyć można także, że zainteresowanie to nie tylko nie słabnie, ale stale się rozszerza dzięki nowym bodźcom, jak np. konieczność przygotowania ustnej prezentacji maturalnej w ramach nowej matury z języka polskiego. Mirosław Korolko we wznawianym w latach dziewięćdziesiątych przewodniku encyklopedycznym „Sztuka retoryki” (Korolko 1990, 1998: 194–195) ocenił nową sytuację polityczno-społeczną w Polsce jako „praktyczny impuls” dla odrodzenia się retoryki we współczesnej polskiej szkole. Jednocześnie jednak zakładał, że wprowadzenie do programu polskiej szkoły osobnego przedmiotu poświęconego retoryce jest „luksusem”, na jaki stać jedynie szkoły prywatne i społeczne. Proponował, by retoryki nauczać w pierwszej klasie liceum ogólnokształcącego, realizując „specjalizację retoryczną” przedmiotu o nazwie „Język polski”. Taka propozycja zakładała wykorzystanie przede wszystkim materiału podręcznikowo-lekturowego, czyli zretoryzowanego piśmiennictwa i literatury od antyku po teksty oświeceniowo-klasyczne. Powyższe założenia, choć z pewnością godne polecenia wszystkim nauczającym w szkołach średnich języka polskiego, nie odpowiadają na wszystkie potrzeby i dokonują kolejnego (jak już tyle razy w historii) „okrojenia” retoryki, być może kolejnego sprowadzenia jej zadań do wyodrębniania i nazywania poszczególnych środków stylistyczno-językowych. Tymczasem należałoby zacząć od podstaw, od pokazania retoryki jako pewnej całości słowa pisanego i głoszonego, obrazu i ruchu, dźwięku i barwy. Współczesny człowiek, poddany różnym działaniom medialnym, powinien mieć szansę świadomego ich odbioru. Inaczej

retoryka, nawet gdy będzie miała w polskiej szkole swoje czterdzieści pięć minut, może stać się jeszcze jednym przedmiotem z zakresu historii literatury czy historii starożytnej. Niezaznajomionego jeszcze z całą spuścizną teorii retorycznej ucznia z pewnością bardziej zainteresują odniesienia do świata reklamy i polityki, retoryka np. Harry'ego Pottera i konkretne ćwiczenia przygotowujące go do dłuższej wypowiedzi ustnej, w tym do prezentacji maturalnej. Czy to oznacza rezygnację z konsekwentnie wprowadzanej teorii retorycznej i zaniżanie standardów wymagań, naukę nie sztuki lecz „sztuczek”, a w konsekwencji odebranie retoryce świeżo odzyskanego prestiżu? Z pewnością nie, lecz uświadamia konieczność poddania dyskusji kilku zagadnień, m.in. jak osiągnąć w retoryce szkolnej adekwatność teorii do praktyki, celów nauczania do metod dydaktycznych.

Jedną z ciekawszych dyskusji, dotyczących obecności retoryki w szkole oraz wyboru najbardziej efektywnych metod jej nauczania w dydaktyce akademickiej i szkolnej (liceum, ale także, choć w mniejszym stopniu, gimnazjum) odbyła się podczas konferencji naukowej organizowanej przez Pracownię Badań Historii i Teorii Retoryki Instytutu Literatury Polskiej Uniwersytetu Warszawskiego oraz Polskie Towarzystwo Retoryczne w dniach 4–5 grudnia 2002 roku w Warszawie. Owocem konferencji jest ciekawa publikacja poświęcona retoryce rozumianej jako narzędzie dydaktyczne, zatytułowana *Uwieść słowem, czyli Retoryka stosowana* (2003). Konferencja odbyła się w trzy lata po wprowadzeniu retoryki jako nowego przedmiotu nauczania szkolnego na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej[53] i miała na celu podsumowanie dawnych oraz całkiem świeżych doświadczeń w nauczaniu retorycznym, ukazanie nowych możliwości i perspektyw kształcenia. Dokonano m.in. analizy podstawy programowej nauczania retoryki oraz podręczników z zakresu historii literatury (Lichański 2003: 81–93), omówienia założeń i praktyki nauczania retoryki w innych krajach demokratycznych, relacji pomiędzy kompetencją retoryczną a rozwojem umiejętności zawodowych oraz sposobów wykorzystania narzędzi retorycznych w kształceniu artystycznym (aktorstwo, ale i odbiór dzieła sztuki) i innych. Retoryka okazała się skutecznym środkiem nauczania wielu przedmiotów, tzn. obok lekcji języka polskiego i osobnego przedmiotu najczęściej o nazwie „retoryka” wykorzystywano teorię

i ćwiczenia retoryczne na lekcjach historii, wiedzy o społeczeństwie, wiedzy o kulturze, języków obcych, filozofii, religii bądź etyki, podczas godzin wychowawczych i w odrębnie tworzonych programach autorskich.

Najwięcej emocji wzbudziły podstawy programowe, gdzie wymogiem maturalnym jest znajomość podstaw retoryki, omawianej bardzo ogólnie i z dyskusyjnymi zestawieniami, np. erystyki z etyką mówienia (pojęcia przeciwstawne). Z drugiej strony podkreśla się, że celem nauczania jest wykształcenie określonej umiejętności i sprawności. Najpopularniejsze podręczniki szkolne proponują z kolei pojęcie „stylu retorycznego”, nieznanego w teorii retoryki, a szereg innych nieścisłości powoduje pewną dezorientację wśród nauczycieli, którzy nie są do końca przekonani, czy uczą retoryki lub wykorzystują jej zdobycze w nauczaniu różnych przedmiotów we właściwy sposób.

Jak zatem nauczać retoryki? Od czego i jak rozpocząć? Prawdopodobnie najlepiej zastosować się właśnie do sprawdzonych wskazówek retorycznych i sięgnąć po opracowywane przez wieki zasady inwencji, dyspozycji, elokucji, mnemoniki i akcji retorycznej (pronuncjacji). Szczególnie istotna wydaje się, nazwana przez Jerzego Ziomek „najsilniejszym argumentem retoryki” (Ziomek 1994b: 136, Ziomek 1990), linia: artifex – ars – opus, czyli relacje pomiędzy twórcą, jego dziełem i odbiorcą (odbiorcami). Należy zatem rozpoznać audytorium i dostosować do niego przygotowany wcześniej w zarysie program, zmodyfikować ćwiczenia. Gdyż nawet w tej samej szkole, na tym samym poziomie nauczania czy to języka polskiego ze specjalnością retoryczną, czy też osobnego przedmiotu o nazwie „retoryka” lub „kultura języka”, nauczyciel spotka się z zupełnie innymi odbiorcami o różnym przygotowaniu teoretycznym i różnych potrzebach. Korzystne byłoby przygotowanie wstępnych ćwiczeń pomocnych w nawiązaniu porozumienia z audytorium i przekonaniu go, jak ważnym narzędziem i jak konieczną umiejętnością jest retoryka – nie nowy, niepotrzebny przedmiot i dział wiedzy, lecz dyscyplina niezbędna do „rozkodowania” rzeczywistości, poruszania się w świecie. Nawiązanie kontaktu połączone z akcentem na perswazję może przebiegać w sposób bynajmniej nieskomplikowany, np. poprzez wykorzystanie anegdoty (por. obrazującą siłę słowa i przekonywania anegdotę o żebraku, którego sytuacja ulega poprawie dzięki zmianie szyldu[54]) lub zastosowanie jakiegoś

pragmatycznego exemplum (np. wycinek z lokalnej prasy: wypowiedź młodego człowieka, który otrzymał atrakcyjną pracę dzięki zamieszczonej w CV informacji o ukończonym kursie z retoryki[55]).

Zanim jednak powstanie jakikolwiek program nauczania retoryki, warto by przynajmniej dla porównania zapoznać się z dydaktyką retoryczną stosowaną w innych krajach demokratycznych, np. w Niemczech, Francji, Anglii czy w Stanach Zjednoczonych.

W Niemczech kształcenie w zakresie retoryki zapewnia ponad 500 szkół, które w większości współpracują ze szkołami wyższymi (Maciejewski 2003), gdzie studia retoryczne trwają cztery lata i obok zajęć teoretycznych zgrupowanych w pięciu blokach tematycznych (wiedza o mowie, rozwój mowy, terapia mowy, komunikacja retoryczna i komunikacja estetyczna) zakładają 200 godzin ćwiczeń praktycznych.

Francuskie programy szkolne (Oleszczak 2003: 105–107) harmonijnie łączą na poziomie liceum nauczanie języka francuskiego i retoryki, która wówczas staje się równie ważna jak gramatyka czy stylistyka i odpowiedź na pytanie o sens jej nauczania jest oczywista. Uczeń tymczasem zastanawia się nad innym pytaniem, zbyt rzadko stawianym w polskiej szkole: „jak skonstruowany jest dany tekst prozatorski”, staje się świadomym odbiorcą podejmującym dialog z autorem-nadawcą komunikatu.

Ktokolwiek uczestniczył w kursie języka angielskiego prowadzonym np. przez The British Council[56], musi zdawać sobie sprawę, iż wymagania kompetencji językowych są tam traktowane bardzo poważnie i szczegółowo oraz że być może przewyższają te stawiane w polskich szkołach polskim uczniom na lekcjach ojczystego języka. W zakresie pisania jest to ćwiczenie (na przykładach-wzorcach!) zarówno kompozycji w rozumieniu doboru i spójności treści, jak i opracowania strony graficznej z nagłówkami i akapitami. Nawet, gdy zwraca się uwagę na odpowiednie użycie wskaźników nawiązania, uczestnik kursu nie może zapominać o nadrzędnym celu, jaki ma osiągnąć w swej pracy pisemnej: o odpowiedniej reakcji odbiorcy. Stale musi kontrolować skuteczność swojej perswazji. Podczas wypowiedzi ustnych nie powinien tracić żywości i spontaniczności, nie zaniedbując jednocześnie rzetelnego wyjaśniania i argumentacji. Musi kontrolować całe swoje zachowanie, gdyż ocenie podlegają też środki pozawerbalne zastosowane przez

mówiącego. Wreszcie, co najbardziej istotne, uczący się języka (przypominam: języka obcego!) musi zdobyć umiejętność krytycznego odbioru tekstów i wskazać w nich błędy rzeczowe, gramatyczne i stylistyczne. Bez przesady można powiedzieć, iż wielu młodych Polaków dopiero na kursach języka angielskiego zetknęło się po raz pierwszy z retoryką, podczas gdy we wspomnianej powyżej edukacji brytyjskiej czy w ogóle anglosaskiej, wchodzi ona w zakres wykształcenia podstawowego.

W Stanach Zjednoczonych kształcenie retoryczne przebiegało według dwóch odrębnych tradycji: oratorsko-komunikacyjnej (przemawianie i komunikacja medialna, tzw. *speech communication*) i retoryczno-kompozycyjnej (nauczanie języka pisanego, tzw. *rhetoric/composition*) (Ornatowski 2003: 13). Każda z tradycji wypracowała sobie właściwe metody analizy, przy czym w przypadku tradycji oratorsko-komunikacyjnej chodzi o krytyczny odbiór istniejącego już tekstu, ocenianego pod względem kompozycji, argumentacji i stylistyki, ale i przynależności gatunkowej, politycznej i z perspektywy psychoanalitycznej bądź feministycznej; zaś w drugim przypadku jest to nauka tworzenia–pisanego własnego tekstu poprawnego w sensie gramatycznym, logicznym (organizacja myśli) i stylistycznym (dobór właściwego stylu). Aż do lat siedemdziesiątych XX wieku to *rhetoric/composition* była tradycją bardziej popularną. Polegała ona na zadawaniu uczniom i studentom do napisania esejów na różne tematy, a nauczyciel miał jedynie poprawiać błędy. Zmiany w pojmowaniu retoryki, rozumianej odtąd jako sztuka efektywnego dyskursu spowodowały wyróżnienie kilku innych, szczegółowych opcji nauczania retoryki, jak np. opcja neoklasyczna, pozytywistyczna, ekspresywistyczna, epistemologiczna i socjoepistemologiczna. Na uwagę zasługuje zwłaszcza ta ostatnia, typowo amerykańska, gdzie retoryka jest nie tylko uwarunkowanym historycznie i kulturowo aktem komunikacji i sztuką przekazu, ale i tworzywem społecznie użytecznej wiedzy (Ornatowski 2003: 23). Kurs retoryki, zaczyna się od przedstawienia dwóch przynajmniej różnych punktów widzenia (na podstawie filmu lub książki) i prowadzi do dyskusji opartej na przeciwstawieniach. Następnie analizuje się sposoby recepcji tekstu przez różnych odbiorców, sprzeczności w tym odbiorze, skomplikowane relacje między tekstem, przekazem a interpretacją zdarzeń. Nadzrędnym celem jest świadomy odbiór

różnorodnych komunikatów, podjęcie odpowiedzialności za język, a co za tym idzie odpowiedzialna aktywność obywatelska.

Problem braku aktywności obywatelskiej jest szczególnie odczuwany w krajach z tzw. „świeżą” demokracją, może więc, przygotowując szczegółowy program zajęć z retoryki, warto byłoby zwrócić uwagę na wspomniany model amerykański. Pomocne okażą się na pewno ćwiczenia opracowane przez Katarzynę Bocheńską. Zwłaszcza dwie pozycje książkowe tej autorki, wydane przez Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, są godne polecenia: *Mówię do ciebie, Człowieku* (Bocheńska 2003) oraz najnowsza: *Sztuka retoryki. Uczeń w roli mówcy* (Bocheńska 2005). Pierwsza jest raczej dowcipnie (czyli na pozór z przewagą funkcji *delectare*) napisanym poradnikiem dla młodzieży niż podręcznikiem, jeśli przyjąć tu współczesną definicję podręcznika jako „suchego” zbioru wiadomości przedzielonych zadaniami. Funkcja *docere* została jednak w pełni zrealizowana i to w sposób prawie niezauważalny dla ucznia. Czyż nie mamy tu do czynienia z prawdziwie retoryczną postawą? Interesujące i nowatorsko opracowane wydają się rozdziały poświęcone komunikowaniu się za pomocą nowych technologii, kontaktom z mediami oraz komunikacji niewerbalnej i pojęciu asertywności.

Jednak w planowaniu i prowadzeniu zajęć z retoryki, rozumianej jako połączenie wiedzy teoretycznej z praktyką, bardziej przydatna okaże się druga pozycja. Mamy tu już do czynienia z propozycjami wykładów na temat historii i teorii retorycznej, dostosowanych do możliwości percepcyjnych ucznia gimnazjum i wczesnego liceum (np. *Dzieje retoryki w pigułce*) (Bocheńska 2005: 10–17). Po nich następują zadania i ćwiczenia z dołączonymi „kartami oceny wystąpienia”. Wśród nich dobrze opracowano rozdział poświęcony przemówieniom okolicznościowym. Podobnie jak w podręcznikach angielskich podanie zasad danego typu przemówienia wsparte jest konkretnym przykładem. Warto zwrócić uwagę na podane w Słowie od autorki wyniki przeprowadzonych przez nią badań. Zdecydowana większość uczniów i studentów w Polsce ma kłopoty z przemawianiem, a 41% Polaków twierdzi, że dopiero po 25 roku życia zdarzyło im się zabierać po raz pierwszy głos publicznie i czuli się do tego zdecydowanie nieprzygotowani (mały zasób słów, strach, nieumiejętność panowania nad

głosem). Co więcej, problemy z wymową mają także nauczyciele i wykładowcy, którzy przemawiając, popełniają tak kardynalne błędy, jak: niewłaściwe tempo mówienia, brak kontaktu z salą, lekceważenie słuchacza, powtarzanie słów, używanie zbyt specjalistycznego słownictwa (Bocheńska 2005: 7).

Autorka proponuje także korzystanie z programu Otwartej Akademii Umiejętności (strona: www.o-a-u.com), gdzie udostępniono materiały i arkusze ćwiczeń przewidzianych do realizacji w trakcie nauczania retoryki.

Przydatne mogą się też okazać Interpretacje Małgorzaty Pietrzak (Pietrzak 2004), rozumiane jako „wyjaśnianie”, ale też i „odtworzenie, wykonywanie” tekstów. Książka zawiera wiele ciekawych, gotowych scenariuszy do wykorzystania zarówno na zajęciach z retoryki czy języka polskiego, jak i w działalności różnego typu placówek kulturalno-oświatowych, jak biblioteki, świetlice czy ogniska teatralne.

W ostatnich latach powstało wiele programów autorskich dotyczących nauczania retoryki. Pisząca te słowa na początku lat dziewięćdziesiątych opracowała także i swój program dla przedmiotu o nazwie „Kultura języka z retoryką” (Gaj 1998: 90–96), który realizowano w Prywatnym Liceum P.U.H. „Derrata” w latach 1996–1998 we wszystkich klasach licealnych w wymiarze jednej godziny lekcyjnej tygodniowo.

Zgodnie z potrzebami uczniów sygnalizowanymi wówczas przez nich samych, jak i przez dyrekcję szkoły, zajęcia te miały być swoistym uzupełnieniem lekcji języka polskiego. Dlatego analizowane teksty dobierano po konsultacji z polonistą według obowiązującej listy lektur. Drugim postulatem było skłonienie uczniów do częstszych i samodzielnie przygotowanych wystąpień publicznych głównie na terenie szkoły (podczas różnych uroczystości i obchodów rocznicowych) i poza nią (było to jedyne liceum w dzielnicy, co gwarantowało czynne uczestnictwo w wielu lokalnych wydarzeniach). Jako ukoronowanie całorocznej pracy organizowano w czerwcu wraz z dyrekcją szkoły „Konkurs retoryczny”, w którym tytuł najlepszego mówcy łączył się z atrakcyjnymi nagrodami (nagrody pieniężne i rzeczowe, w tym książki), ufundowanymi przez właściciela szkoły i sponsorów. Konkurs cieszył się dużym zainteresowaniem z pewnością nie tylko ze względu na możliwość atrakcyjnej wygranej, ale i na nawiązanie do stale atrakcyjnej tradycji

agonu, czyli współzawodnictwa na polu literacko-oratorskim, śródziemnomorskiego „sposobu na życie” kontynuowanego w krajach europejskich przez instytucję tzw. szkoły humanistycznej i to bez względu na konfesję. Idea agonu czy też debaty ma długą tradycję w Europie jako jeden z elementów humanistycznego kształcenia. Uczniom przydzielano role np. Ulissesa czy Ajaksa wsparte przemawiającymi w drugiej kolejności innymi bohaterami lub fikcyjnymi świadkami. Całość podlegała ocenie sędziów-uczniów, również prezentujących swoje mowy. Konkurs taki chętnie organizowano również poza szkołą, a nawet poza granicami państw (Gaj 2007: 65). Podobne tendencje obserwujemy zresztą i dzisiaj. Idea agonu czy też publicznej dysputy jest ciągle aktualna. Od 1994 roku w państwach byłego bloku komunistycznego realizowany jest Program Debaty Szkolne (Szeja 2003: 109–121), w którym dziś uczestniczy ponad 80 polskich szkół średnich (licea i technika). Młodzież zrzeszona w Szkolnych Klubach Debat pod opieką nauczycieli-trenerów przygotowuje się najpierw do szkolnych, a potem do Ogólnopolskich Konkursów Debat organizowanych do 1999 roku przez Fundację im. Stefana Batorego, a obecnie przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W roku 2002 finał ogólnopolskiej debaty prowadzonej przez marszałka Senatu Kazimierza Kutza odbył się w budynku Sejmu. Zwycięska drużyna ma także możliwość zmierzyć się z młodzieżą z innych krajów świata w anglojęzycznym Międzynarodowym Konkursie Debat. Podstawowy (szkolny^[57]) model debaty polega na zmierzeniu się z sobą dwóch trzyosobowych drużyn, z których każda ma uzasadnić swoje odmienne stanowisko wobec danej tezy. Zawodnicy z obu drużyn występują na zmianę w ściśle określonym czasie. Walory edukacyjne debat są bezdyskusyjne: nauka samodzielnego zdobywania i selekcji informacji, rozbudzanie krytycznego myślenia i aktywnego słuchania, zwrócenie uwagi na kulturę wypowiedzi oraz zasady fair play, aktywizowanie młodzieży z problemami wychowawczymi.

Ponieważ proces stawania się i bycia retorem jest indywidualny, dlatego można i należy stale różnicować środki i materiały go wspierające. Obecnie realizowany przeze mnie sześćdziesięciogodzinny kurs Retoryki praktycznej obejmuje trzy podstawowe zagadnienia, realizowane jednak na wiele sposobów:

1. Znaczenie kształcenia retorycznego w edukacji językowo-literackiej i obywatelsko-społecznej:

a. zastosowanie materiałów tekstowych literatury zretoryzowanej, zawartych w podręcznikach szkolnych,

b. wykorzystywanie materiałów medialnych dotyczących życia publicznego (wypowiedzi polityków, programy publicystyczne) oraz działalności korporacji przemysłowo-handlowych (negocjacje, handlowe przekonywanie, reklamy).

2. Historia nauczania retoryki od antyku po współczesność (ze szczególnym uwzględnieniem tzw. ćwiczeń przygotowawczych).

3. Propozycje ćwiczeń w mówieniu perswazyjnym (ćwiczenia m.in. w określaniu stopnia perswazji, prawdy, prawdopodobieństwa i nieprawdopodobieństwa, ćwiczenia w rozpoznawaniu środków elokucji, argumentów i sofizmatów, w zapamiętywaniu i w wysłownieniu).

W przypadku realizacji powyższego programu w liceum, czy nawet w gimnazjum wskazane byłoby porzucenie naukowego języka, rezygnacja z eksponowania trudnych terminów i definicji. Także teksty i przykłady powinny być dobrane indywidualnie, np. analizę tekstów związanych z kampanią wyborczą[58] w Polsce należałoby przeznaczyć dla uczniów ostatnich klas liceum lub studentów. W pracy z takim bardziej wymagającym audytorium, a także w pracy z uczniami przejawiającymi niechęć do logicznego myślenia i określającymi siebie jako „zdecydowanych humanistów”, pomocne mogą się okazać ćwiczenia w badaniu argumentów, uświadomienie powiązań sztuki słowa z logiką, zwłaszcza niedawno wydana Sztuka argumentacji (Szymanek, Wieczorek, Wójcik 2004). Na lekcje historii i wychowania obywatelskiego przyda się podręcznik Krzysztofa Obremskiego (Obremski 2004). W tytule adresowany do studentów historii, politologii i dziennikarstwa, nie jest przeciążony wiadomościami teoretycznymi, zawiera natomiast ciekawy materiał tekstów historycznych (także z historii najnowszej) i propozycje ćwiczeń, które z powodzeniem wykona uczeń liceum. Tymczasem materiał teoretyczny podany w formie przystępnej dla ucznia liceum czy nawet gimnazjum można znaleźć w podręczniku Czesława i Piotra Jaroszyńskich (Jaroszyński, Jaroszyński 1998), którzy w drugiej części książki zamieścili także praktyczne ćwiczenia artykulacyjne i intonacyjne.

W rzetelnym przygotowaniu do zajęć z retoryki z pewnością nie można pominąć najnowszej pracy Jakuba Z. Lichańskiego (Lichański 2007), a zwłaszcza tomu drugiego, gdzie znajdują się ciekawe ćwiczenia i porady praktyczne, opracowane zgodnie z ideałem klasycznej retoryki Arystotelesa wspartej tak ważną dla wychowania w starożytności ideą „kalokagathia”.

Problem doboru właściwego materiału i sposobu ćwiczeń dla uczniów gimnazjum, które z założenia miało wyrównać szanse młodzieży pochodzącej z różnych środowisk, jest ciągle prawdziwym wyzwaniem. Na poziomie gimnazjum retoryka nie została dotąd wydzielona jako samodzielny przedmiot, z drugiej strony właśnie w tym typie szkół często większość młodzieży ma duże trudności z rozumieniem tekstów usłyszanych i przeczytanych, a jeszcze większe z wyrażeniem słowami myśli i intencji. Przykłady rozwiązań praktycznych, przygotowujących ucznia do gruntownej, rzetelnej analizy tekstu (czyli nie, jak poleca większość podręczników dla gimnazjum, szukanie informacji „wokół tekstu”, tylko „w tekście”) proponuje wspomniana już Agnieszka Kruszyńska (Kruszyńska 2003: 95–103). Będą tu przydatne także założenia popularnej ostatnio edukacji środowiskowej, polegającej na wyznaczaniu uczniom pewnych konkretnych zadań, które trzeba rozwiązać w lokalnych środowiskach, np. przygotowanie określonej prezentacji czy popularne w polskich szkołach przygotowanie rodzinnego drzewa genealogicznego.

Ukoronowaniem metod na każdym etapie kształcenia powinna być – moim zdaniem – możliwie największa aktywizacja uczniów, czego wspomniał przykładem i sposobem są debaty retoryczne, szansa połączenia wysiłków nauczycieli różnych przedmiotów po to, by edukację szkolną kończył człowiek aktywny, z rozległą wiedzą ogólną, świadomy swego miejsca w świecie i uczestnictwa w kulturze. Takie cele z pewnością zawsze leżały u podstaw retoryki, w cywilizacji oralnej, piśmiennej i medialnej. Realizacja tych celów, konkretyzacja teorii retorycznej, a nawet wzbogacanie jej zawsze będzie indywidualne, bo zależne od nas, nowych pokoleń i, co jeszcze bardziej istotne, od nas – nauczycieli.

-
- [1] Największym mankamentem naszego piśmiennictwa naukowego jest wciąż brak tłumaczeń podstawowych tekstów źródłowych. Wydano wprawdzie w ostatnich latach nowoczesne przekłady Retoryki Arystotelesa i dzieła św. Augustyna *De doctrina christiana*, ale brak tłumaczeń fundamentalnych dzieł literatury greckiej i rzymskiej, nieznane są też staropolskie podręczniki, które poprzez swą dydaktyczną strukturę mogłyby stanowić cenne źródło inspiracji badawczej. Potrzebne byłoby przede wszystkim wydanie nowoczesnego, komentowanego przekładu trzech fundamentalnych syntez rzymskiej teorii retorycznej – anonimowego, przypisywanego dawniej Cyцерonowi traktatu *Rhetorica ad Herennium*, traktatów retorycznych Cyцерona, a zwłaszcza wszystkich 12 ksiąg *Institutio oratoria Kwintyliana*.
- [2] Logografowie attyccy – mówcy w Atenach piszący na zamówienie mowy, które ich klienci wygłaszali przed sądem.
- [3] Cyцерon nazywa retorykę częścią wiedzy politycznej: ‘*civilis scientiae partem*’ (Cicero, *De inventione* I, 5, 6); natomiast Kwintylian wspomina o takich, którzy uważali retorykę za równoznaczną z polityką: ‘*rhetorice autem quidam eandem civilitatem esse iudicaverunt*’ (Quintilianus, *Institutionis Oratoriae* 2, 15, 33).
- [4] „Okresem schyłkowej Rzeczypospolitej zwykło się nazywać ostatnią fazę epoki republikańskiego etapu rozwoju państwa rzymskiego. W historiografii na ogół przyjmuje się za początek okresu schyłkowej Republiki rok 133 przed Chr. Wystąpienie trybuna ludowego Tyberiusza Grakcha było wyraźną oznaką zarysowującego się kryzysu i zapoczątkowało proces przemian ustrojowych państwa rzymskiego. Bardziej rozbieżne są stanowiska historyków, gdy idzie o wskazanie daty zamykającej okres schyłkowej Republiki. Wydaje się jednak, że losy Republiki zostały przesądzone już w roku 42, po przegranej republikańców w bitwie pod Filippi”. (Aleksandrowicz 1996: 13)
- [5] Wokół słowa ‘cnota’ nasz cyniczny wiek zbudował jakąś aurę śmieszności. Słowo to zostało nieco ośmieszzone w języku polskim, gdyż tak często i tak natarczywie było używane w jednym kontekście, mianowicie dla określenia seksualnej niewinności, głównie młodych kobiet. Tego ograniczenia nie ma w innych językach. Nie ma niestety w języku polskim innego słowa na łączne oznaczenie wszystkich sprawności, które są moralnie wartościowane i które lepszymi czynią zarówno człowieka pojedynczego, jak i wszystkie związki między ludźmi. W łacinie starożytnej ‘cnota’ głównie oznaczała ‘męstwo’, z podobnym jak po polsku źródłosłowem (‘mąż’) (por. Kołakowski 2004a: 48–53).
- [6] agon, gr. I. zebranie, zgromadzenie; miejsce igrzysk, zawodów, zgromadzenie Greków na igrzyska narodowe. II. walka, spór, sprawa sądowa; mowa publicznie wygłoszona. (Słownik grecko-polski 1958: 22)
- [7] W metodologii komunikacji perswazyjnej można mówić o strategii i taktyce. Pierwsza oznacza generalną koncepcję osiągnięcia podstawowego celu w komunikacji; druga zaś koncepcję i zespół zachowań werbalnych i niewerbalnych składających się na sposób, w jaki osiąga się cel cząstkowy. W jednej strategii komunikacyjnej może występować wiele taktyk perswazyjnych (Jabłońska-Bonca 2003: 128).
- [8] Różne definicje entymematu i dogłębne objaśnienie problemów dotyczących tej formy argumentowania zob. M. Skwara (2001: 365–400).
- [9] Egzemplifikacja schopenhauerowskich „sposobów” w publikacji M. Kochan (2005).
- [10] M. Rusinek zauważa, że autorzy opracowań poświęconych dwudziestowiecznej retoryce wśród nurtów występujących w jej obrębie wymieniają także „naukę kompozycji tekstu”.

- [11] Takie znaczenie słowa „kompozycja” można znaleźć w Słowniku języka polskiego: „układ, budowa, pomysł dzieła sztuki (utworu literackiego, muzycznego, plastycznego)”. (Słownik języka polskiego 1999: 918)
- [12] Np. „Stary nauczyciel zadawał uczniom pytania. Jego zmęczona twarz wyrażała znużenie. Mówił wolno i wyraźnie akcentował każde słowo”. (Wolańska 2003: 122)
- [13] „Tytuł jest czymś wspólnym dla literatury i publicystyki, wymyślają go pisarze, eseści, historycy literatury, recenzenci, sprawozdawcy, depešowcy. Tytuł to także odpowiedzialność za słowo, dowód trafności i służebności myślenia lub na odwrót – niestaranność, bylejakość, lekceważenie odbiorcy. Tytuł wzmacnia bądź osłabia nasze intencje, jest więc zawsze trudnym egzaminem dla piszącego”. (Bortnowski 1999: 19); „Początek wypowiedzi powinien być jednym z najciekawszych jej ustępów”. (Pisarek 2002: 182).
- [14] Villanellą jest wiersz Co mam powiedzieć z tomu Widokówka z tego świata i inne rymy z lat 1986–1988 (Barańczak 1988) oraz Z okna na którymś piętrze ta aria Mozarta, Debiutant w procederze, Poręcz, Powiedz, że wkrótce, Płakała w nocy, ale nie jej płacz go zbudził z tomu Barańczaka Chirurgiczna precyzja: elegie i piosenki z lat 1995–1997 (Barańczak 1998). Na temat villanelli zob. m.in. J. Dembińska-Pawelec (1999: 95), A. Zarzycka (2002: 202–219).
- [15] Podobnie uważa S. Wyślouch, pisząc: „Kolaż jest kompozycyjnie niespójny, składa się z przypadkowo zestawionych elementów, które poprzez kontrast eksponują swoją odmienność i sugerują nowe znaczenie, odsyłają do rzeczywistości niespójnej, chaotycznej i fragmentarycznej. Technika kolażu z punktu widzenia literaturoznawczego to problem spójności tekstu i roli odbiorcy, który staje przed pytaniem, czy (i jak) uspójnić tekst, czy też – nie uspójniać. Natomiast z punktu widzenia intersemiotycznego kolaż to charakterystyczna dla dwudziestowiecznej sztuki manifestacja swoistości wypowiedzi artystycznej, uzyskana przez dwie operacje: selekcję i kombinację elementów, które – wykonane z dowolnej materii – podkreślają fragmentaryczność, niespójność i chaos rzeczywistości”. (Wyślouch 2004: 26)
- [16] Oczywiście kreowany jest w ten sposób również jego etos.
- [17] Analizę Skargowskiej techniki amplifikacyjnej zob.: M. Korolko (1981).
- [18] E.R. Curtius przedstawia różne sposoby wyrażania niemożności poradzenia sobie z tematem jako pochwalny „topos niewyraźności” (1997: 167–170).
- [19] Np. często wykorzystywane poszerzanie zakresu: „Rozważmy, jak wiele trwóg napełnia serce, umysł i wolę współczesnego człowieka, i to nie tylko jako jednostki, ale jako osoby związanej z własną rodziną, narodem, państwem, życiem międzynarodowym, czyli całą współczesną rodziną ludzką” [kazanie, Gdańsk 23 X 1983] Z tej drogi zejść nie mogę (Jankowski 1992: 67). Schemat ten bardzo często pojawia się w poświęconej opłakiwaniu części oracji pogrzebowych XVII w., kiedy mówcy dowodzą, że zmarłego opłakuje rodzina, przyjaciele, Ojczyzna, a nawet świat cały.
- [20] Równie wyrazisty jest przykład zastosowany przez J. Ossolińskiego w mowie obediencyjnej przed Urbanem VIII. Zamiast tradycyjnej pochwały papieża przedstawił on wielkość Rzeczypospolitej i jej władcy, by zakończyć ją słowami: „Talis itaque et tanta Polonia, ad Tuos pedes prima procumbit, Pater Beatissime” („Taka tedy i tak wielka Polska, najpierwsza do nóg Twoich, Święty Ojcze upada” – tłum. J. Cynerki-Rachtamowicz). Rozumowanie przedstawione słuchaczom jest proste: jeśli ktoś tak wielki składa hołd, jakże wspaniałe musi być ten, komu go składa.
- [21] Chodzi o zbiór cech znaczeniowych, „które są odbiciem (i) wyobrażeń kulturowych i tradycji związanych z danym wyrazem, (ii) panującej w danym społeczeństwie praktyki wyzyskiwania odpowiedniej rzeczy i (iii) innych czynników pozajęzykowych [...]. Takie

cechy asocjacyjne [...] nie wchodzą bezpośrednio do semantyki wyrazu [podkreśl. autorów – W.F.] (zob. Jordanskaja, Mielczuk 1988: 10).

- [22] I tak np. kinezyka zajmuje się zachowaniami gestycznymi, wokaliza – wpływem tonu głosu i intonacji na semantykę wypowiedzi, mimika – bada ekspresywność twarzy, haptyka – określa wpływ, jaki wywiera dotyk na relacje komunikowania się, chronemika – to badania nad gospodarowaniem czasem w procesie komunikacji, proksemika – zajmuje się określaniem relacji przestrzennych i pozycją ułożenia ciała między uczestnikami komunikacji.
- [23] Metody „wyczytywania” sposobów wygłaszania z tekstu znaleźć można w: Karpiński (1989: 156–184), Trębska (2002: 131–145).
- [24] Niektóre z ostatnich publikacji poświęconych skutecznej komunikacji i publicznemu przemawianiu: Rusinek, Załazińska (2005), Żurek (2005), Lewandowska-Tarasiuk (2001), Stuart (2002), Schwalbe (1994), Detz (2004), Allhoff, Allhoff (2008), Morreale, Spitzberg, Barge (2007).
- [25] Obok wyżej wymienionych psychologowie wymieniają ponadto zasady: konsekwencji, społecznego dowodu słuszności, autorytetu, niedoboru (zob. Cialdini 2004).
- [26] W badaniach literackich przykłady pozyskiwania audytorium przez postaci wygłaszające mowy w Panu Tadeuszu przedstawił M. Piechota, zwracając uwagę na zachowania oralne bohaterów i narratora (Piechota 1989: 87–103).
- [27] Trzeba w tym miejscu zaznaczyć, że oratorstwo sejmowe lubi teatralne gesty, szczególną ekspresję w artykulacji i intonacji wypowiedzi. Dowody na to przekazują starożytni teoretycy wymowy w swoich zaleceniach co do stylu mowy ciała (o mówcach schyłkowego wieku Republiki Rzymskiej zob. Aleksandrowicz 1996), ale także bliższa nam tradycja staropolskich oracji sejmowych. Na temat oratorstwa barokowego interesujące badania przedstawione zostały w: Barłowska (2000; 2001).
- [28] Sens tzw. „wzoru Mehrabiana”, jak tłumaczy Tokarz, odnosi się jedynie do sytuacji, kiedy jakiś komunikat przenosi różnymi kanałami sprzeczne informacje. Wówczas to całkowity obraz nadawcy odbierany przez odbiorcę na podstawie tego komunikatu stanowi sumę trzech komponentów postawy komunikowanej: postawy wyrażonej słowami, postawy wyrażonej głosem i postawy wyrażonej mimiką i gestami (Tokarz 2006: 331).
- [29] Szczegółowe badania wyrażen gestualnych pojęć „mieć”, „nie mieć”, „brak”, „nic”, „coś”, „wszystko”, „potrzebować”, „nie potrzebować”, „chcieć”, „nie chcieć” zob. Załazińska (2001).
- [30] A przecież do wieku XIX retoryka była jednym z ważniejszych nauczanych „przedmiotów” (zob. Ziomek 2000).
- [31] „Dekonstrukcja jest badaniem tego, co kryje się za ową nierozłącznością figury, pojęcia i struktury narracyjnej. Dekonstrukcja jest zatem dyscypliną retoryczną”. (cyt. za: Miller 1992: 239)
- [32] „Farmakon i pismo to więc w istocie kwestia życia lub śmierci”. (cyt. za: Derrida 1992: 55)
- [33] Ciekawą propozycję lektury poetyki Derridy zaproponował Tadeusz Sławek (2004: 7).
- [34] Platon w sposób niezwykle surowy chciał karać wszystkich wytwórców iluzji, czyli wyrobników mimesis: przewidział dla nich więzienie oraz odebranie prawa pochówku (zob. Derrida 1992: 46).
- [35] Derrida wykorzysta metaforę wytartej monety, by mówić o języku zachodniej filozofii (Derrida 2002).
- [36] „Wierzyłbym tylko w Boga, któryby tańczyć potrafił” (cyt. za: Nietzsche b.d.: 43).
- [37] Jako „przyspieszoną integrację” definiuje propagandę Talcott Parsons (1969).
- [38] O tak pojętych związkach Freudowskiej psychoanalizy z retoryką zob. Mahony (1982, 1987), Psychoanalysis and Language (1978); Freudowskiej tropologii poświęcony był także

cały numer „Diacritics” (wiosna 1979).

- [39] Warto dodać, iż dla Lacana metafora i metonimia są także pomocne przy opisie, odpowiednio, wiedzy i pragnienia: „Metafora sytuuje wiedzę w strukturze i funkcjonowaniu nieświadomości na osi «wertikalnych zależności znaczonego», natomiast metonimia umieszcza pożądanie na osi «horyzontalnego łańcucha znaczących»” (Mellard 1991: 23). Charakteryzują one także, odpowiednio, strukturę dyskursu świadomości i dyskursu nieświadomości (zob. Dybel 2000b: 274–278).
- [40] Funkcjonują różne definicje tej dyscypliny teologicznej. Głównie w opracowaniach stosowana jest następująca: Homiletyka jest nauką refleksją nad tym, jak dzieło zbawienia urzeczywistnia się w Kościele przez kaznodziejstwo (zob. Rahner 1964: 233–236). Można się także spotkać z propozycją zmiany nazwy „homiletyka” na „teologia przepowiadania” (Majka 1995: 211–212) oraz „teologia kaznodziejstwa” (Lewek 1980: 15–18).
- [41] Przepowiadanie jest pojęciem ogólnym i zawiera w sobie: kazania, katechezy, homilie, konferencje religijne, egzorty itp. (zob. Pohlmann 1967: 86, Brzozowski 1991: 64).
- [42] Jedną tylko pozycją: Religia a literatura w publikacjach KUL 1918–1993 (1996) wymienia 1169 tytułów publikacji. Duża część z nich traktuje o języku przekazu prawd objawionych współczesnemu człowiekowi.
- [43] W tym artykule używać będę pisowni angielskiej – public relations (lub skrótu PR), ponieważ w praktyce nie stosuje się polskiego odpowiednika tej nazwy; public relations w tłumaczeniu z języka angielskiego oznacza „publiczne relacje”; na gruncie polskim nazwę tę próbował przyswoić w polskim brzmieniu Tomasz Goban-Klas (1997) jako „promocja reputacji”, co nie oddaje wprawdzie oryginału angielskiego (poza pierwszymi literami), choć w zasadzie nieźle ujmuje ducha tej dziedziny – wysiłek w celu budowania reputacji; jednakże nazwa ta nie upowszechniła się na tyle, aby mogła być zamiennie stosowana.
- [44] Fraser Seitel, autor monumentalnego dzieła: Public relations w praktyce, podaje, że Fundacja Badań i Edukacji Public Relations (Foundation for Public Relations Research and Education) zleciła w 1975 roku przeanalizowanie ok. 472 istniejących definicji PR; na ich podstawie zaproponowano jedną, sumaryczną, składającą się z 88 angielskich słów (Seitel 2003: 9); o ile wiem, nie jest to obecnie powszechnie używana definicja; należy także przypuszczać, że od tego czasu powstało kolejnych pięćset definicji.
- [45] Początki PR jako świadomego działania zmierzającego do stworzenia opinii publicznej i wywarcia nacisku na władzę wiążane są z osiemnastowieczną walką kolonistów na kontynencie amerykańskim o zrównanie ich praw z Anglikami (w swej walce używają hasła: „Opodatkowanie bez przedstawicielstwa to tyrania”, które kierują do króla Jerzego III), a także z działalnością w latach siedemdziesiątych XVIII stulecia pisarza politycznego i publicysty Tomasa Paina, którego celem jest zjednoczenie kolonistów; wiek XIX i początek XX to działalność Amosa Kendalla jako pierwszego „rzecznika prasowego” prezydenta Stanów Zjednoczonych do spraw kontaktu z dziennikarzami i Georga Creela (tzw. Komisja Creela), którego zadaniem była mobilizacja opinii społecznej na rzecz poparcia udziału Stanów Zjednoczonych w I wojnie światowej.
- [46] Mamy zatem marki specyficzne, komunikujące swą osobowość poprzez alegorie: Dziewicy (Luksja), Błazna (Red Bull), Rycerza (Zif), Osilka (Mr Muszle) (por.: Biebrzański 2005).
- [47] Krystyna Wojcik w swej książce Public relations od A do Z (1977), rozważa trzy grupy definicji PR, w których PR traktuje się jako: po pierwsze działania stricte marketingowe, po drugie – zarządcze i, po trzecie, właśnie komunikacyjne.
- [48] Pojęcie dyskursu rozumiem tu tak, jak opisywał je Michel Foucault (1977): to systemy ludzkich wypowiedzi; zbiór wszystkich rzeczywistych wypowiedzi (mówionych i pisanych) w ich zdarzeniowym rozproszeniu i w jednostkowym zjawianiu się, które jest im właściwe;

zbiór tekstów, z których wydestylować możemy symptomy ludzkiego myślenia; por. także (Fleischer 2002: 345): „Dyskurs jest to systemowy repertuar znaków, a dokładniej – interpretantów oraz organizujących go reguł i norm generujących tudzież użytkowanych w danej formacji kulturowej, które stanowią o kulturowej właśnie i częściowo socjalnej specyfice tej formacji”.

- [49] Termin: „globalność” dziś wiązany jest przede wszystkim z globalizmem, czyli ideologią ogólnoswiatowego zasięgu i specyficznego typu gospodarki światowej; to znaczenie sugeruje globalny zasięg tekstu perswazyjnego typu reklama czy PR; dla mnie jednak będzie to znaczenie drugorzędne – pojęcie komunikatu globalnego łączę ze znaczeniem „całkowity lub całościowy”, czyli ujmowany jako całość składająca się z jakichś wyodrębniających się części.
- [50] Wszelkie podkreślenia w tym tekście pochodzą ode mnie i mają uwyraźnić miejsca kluczowe dla jego aspektu retorycznego.
- [51] Więcej na temat gatunków dziennikarskich i zasad formułowania tekstów w mediach (także specyfiki tekstów PR) w: Murdoch 1998, Pisarek 1975, Frasz 1999, Fiske 1999, Bauer, Chudziński 2000.
- [52] Tak rozumie ją np. Roland Barthes (1977: 251): „to poetyka jest analizą pozwalającą odpowiedzieć na pytanie: co sprawia, że komunikat słowny staje się dziełem sztuki? Ja ze swej strony nazwę ten specyficzny element retoryką, chcąc uniknąć ograniczenia poetyki do poezji i wyraźnie zaznaczyć, że chodzi tu o ogólną płaszczyznę języka”; w tym samym tekście Barthes, odwołując się do Saussurowskiej teorii znaku, doprecyzowuje retorykę w duchu Hjemslewa jako system konotatywny, zrównując ją w ten sposób z literaturą nabudowującą się na systemie prostych denotacji języka potocznego; elementy retoryczne będą konotatorami np. skonwencjonalizowanego systemu stylistycznego (Barthes 1977: 253).
- [53] Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 1999 roku w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego – Dziennik Ustaw 14: 1999, s. 623 (Uwieść słowem 2003: 8).
- [54] Zapis: „Jestem niewidomy” poradzono mi zmienić na „Przyjdzie wiosna, a ja jej nie zobaczę”.
- [55] Ten pragmatyczny przykład zastosowała z dobrym skutkiem dla późniejszej motywacji uczniów autorka artykułu, ale z pewnością bardziej godne polecenia wydają się refleksje i oceny Marcina Maciejewskiego z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, dotyczące wdrażania programu „kursu kompetencji retorycznych wobec rynku pracy”. Autor programu zwraca uwagę m.in. na fakt, że w ponad 70% ogłoszeń o pracy występuje co najmniej jedna cecha związana z kompetencją retoryczną, a najczęściej na rynku pracy zdolności retoryczne stawiane są zaraz po umiejętności obsługi komputera i znajomości języków obcych (Maciejewski 2003: 41–48).
- [56] Kryteria umiejętności podane przez The British Council omawia szczegółowo Agnieszka Kruszyńska (Kruszyńska 2003: 102–103).
- [57] Istnieją też inne modele debat tzw. „debaty parlamentarna” i „debaty policy” (na tematy praktyczne) (Szeja 2003).
- [58] Teksty prasowe, nagrane wypowiedzi polityków czy, szczególnie interesujące, przeznaczone do oceny uczniów lub studentów gotowe analizy np. stylu danej kampanii wyborczej, przygotowane przez specjalistów. (Por. wywiad z dr Markiem Kochanem, wykładowcą retoryki i erystyki w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego opublikowany w internecie 20.10.2005 r. na stronie: wp.pl).

Bibliografia

I. Opracowania

- Abramowska J., 1982, Topos i niektóre miejsca wspólne badań literackich, „Pamiętnik Literacki”, z. 1/2.
- Abramowska J., 1995, Powtórzenia i wybory, Poznań.
- Adamek Z., 1992, Homiletyka, Tarnów.
- Aleksandrowicz T., 1996, Elita władzy a oratorstwo w schyłkowym okresie Rzeczypospolitej Rzymskiej, Katowice.
- Allhoff D.W., Allhoff W., 2008, Sztuka przekonywania do własnych racji. Retoryka i komunikacja, przeł. P. Włodyga, Kraków.
- Antas J., 2001, Co mówią ręce. Wprowadzenie do komunikacji niewerbalnej, w: Retoryka dziś. Teoria i praktyka, red. R. Przybylska, W. Przyczyna, Kraków.
- Aristoteles, 1867, Ars rhetorica, III, 1419 b, [in:] Aristotelis Ars rhetorica, cum adnotatione Leonardi Spengel, accedit vetusta translatio latina, vol. I–II, Lipsiae. Przekł. pol. w: Arystoteles, 2004.
- Arystoteles, 1951, Poetyka, w: Trzy poetyki klasyczne, oprac. T. Sinko, Wrocław.
- Arystoteles, 1988, Retoryka. Poetyka, przeł., wstępem i komentarzem opatrzył H. Podbielski, Warszawa.
- Arystoteles, 1990a, Analityki pierwsze, w: tegoż, Dzieła wszystkie, t. 1, Warszawa.
- Arystoteles, 1990b, O dowodach sofistycznych, przeł. K. Leśniak, w: tegoż: Dzieła wszystkie, t. 1, Warszawa, s. 476–518.
- Arystoteles, 1990c, Topiki, tłum. K. Leśniak, w: tegoż, Dzieła wszystkie, t. 1, Warszawa, s. 330–475.
- Arystoteles, 2004, Retoryka. Retoryka dla Aleksandra. Poetyka, przeł., wstępem i komentarzem opatrzył H. Podbielski, Warszawa.
- Atkinson J.M., Heritage J., 1984, Structures of Social Action, Cambridge.
- św. Augustyn, 1989, De doctrina Christiana, rozdz. IV, przeł. J. Sulowski, Warszawa.
- Austin J.L., 1993, Mówienie i poznawanie [wyd. oryg. 1975], Warszawa.

- Barłowska M., 2000, Jerzy Ossoliński. Orator polskiego baroku, Katowice.
- Barłowska M., 2001, Na swady sarmackiej placu. O kulturze oratorskiej wieku XVII, Kielce.
- Barthes R., 1977, Analiza retoryczna, przeł. K. Falicka, „Pamiętnik Literacki”, z. 2, s. 251–256.
- Barthes R., 1992, Teoria tekstu, przeł. A. Milecki, w: Współczesna teoria badań literackich za granicą, t. 4, cz. 2, oprac. H. Markiewicz, Kraków.
- Barthes R., 1997, Przyjemność tekstu, przeł. A. Lewańska, Warszawa.
- Barthes R., 1999, S/Z, przeł. M.P. Markowski, M. Gołębiowska, wstęp M.P. Markowski, Warszawa.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., Szadura J. (red.), 2004, Akty i gatunki mowy, Lublin.
- Barwick K., 1961, Augustins Schrift ‘De rhetorica’ und Hermagoras von Temnos, „Philologus” 105.
- Bauer Z., Chudziński E., red., 2000, Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków.
- Beaugrande R., Dressler W.U., 1990, Wstęp do lingwistyki tekstu [wyd. oryg. 1981], Warszawa.
- Beck G., 2007, Zakazana retoryka. Podręcznik manipulacji, Gliwice.
- Biebrzański Z., 2005, Marka z ludzką twarzą, „Tygodnik Powszechny”, 24.04.
- Black M., 1971, Metafora, „Pamiętnik Literacki”, z. 3.
- Black M., 1983, Jeszcze o metaforze, „Pamiętnik Literacki”, z. 2.
- Black S., 2005, Public relations, przeł. I. Chlewińska, Kraków.
- Bloom H., 2003, Poetyckie przejścia, przeł. A. Lipszyc, „Literatura na Świecie”, nr 9–10, s. 78–117.
- Blumenberg H., 1997, Rzeczywistości, w których żyjemy, przeł. W. Lipnik, Warszawa.
- Bocheńska K., 2003, Mówię do ciebie, Człowieku, Warszawa.
- Bocheńska K., 2005, Sztuka retoryki. Uczeń w roli mówcy, Warszawa.
- Borowski A., 1997, Kaznodzieja jako retor, w: Sługa słowa, red. W. Przyczyna, Kraków.
- Bortnowski S., 1999, Warsztaty dziennikarskie, Warszawa.
- Bralczyk J., 1987, O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych, Uppsala.

- Bralczyk J., 1991, Strategie w języku propagandy politycznej (o polskiej propagandzie partyjno--państwowej w latach 1982–88), w: Język a kultura, t. 4: Funkcje języka i wypowiedzi, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzycykowa, Wrocław, s. 105–114.
- Bralczyk J., 2000, Język na sprzedaż, Warszawa–Bydgoszcz.
- Bralczyk J., 2002, Środki wyrazu, w: Skrypty Becka. Wymowa prawnicza, Warszawa.
- Brooks C., Warren R.P., 1970, Modern Rhetoric, New York.
- Brown P., Levinson S., 1987, Politeness: some universals in language usage, Cambridge.
- Brown R., Gilman A., 1960, Pronouns of power and solidarity, w: Sebeok (red.), s. 253–276.
- Brud S., 2001, 'Rhetorica ad Herennium' jako podręcznik sztuki wymowy, w: Łacińska proza naukowa, red. A.W. Mikołajczak, Gniezno.
- Brud S., 2005, Topika wstępu i zakończenia mowy – perswazja czy manipulacja?, „Meander”, R. 60, nr 4, s. 460–467.
- Brzozowski J., 1986, Muzy w poezji polskiej. Dzieje toposu do przełomu romantycznego, Wrocław.
- Brzozowski M., 1991, Istotne elementy dydaktyki homiletycznej, w: W drodze na ambonę, red. G. Siwek, Kraków.
- Bühler K., 1934, Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache, Jena.
- Burke K., 1965, Rhetoric – Old and New, w: New Rhetorics, red. M. Steinmann, New York.
- Burke K., 1977, Tradycyjne zasady retoryki, przeł. K. Biskupski, „Pamiętnik Literacki”, z. 2.
- Burke K., 1995, Tradycyjne zasady retoryki, przeł. K. Biskupski, w: O retoryce, wybór, wstęp, oprac. J.Z. Lichański, Warszawa.
- Burzyńska A., 1995, Poetyka po strukturalizmie, w: Poetyka bez granic, red. W. Bolecki, W. Tomasik, Warszawa.
- Buszewicz E., 2004, Quanto magis. Funkcje i przemiany jednego toposu, czyli o potędze retoryki, w: Teatr wymowy. Formy i przemiany retoryki użytkowej, red. J. Sztachelska, J. Maciejewski, E. Dąbrowicz, Białystok, s. 21–32.
- Chaciński B., 2003, Wypasiony słownik najmłodszej polszczyzny, Kraków.
- Chaciński B., 2005, Wyczesany słownik najmłodszej polszczyzny, Kraków.

- Chenu M.D., 1974, Wstęp do filozofii św. Tomasza z Akwinu, przeł. H. Rosnerowa, red. W. Seńko, Warszawa.
- Chomsky N., 1957, Syntactic structures, The Hague.
- Chrzęstowska B., Wysłouch S., 1978, Poetyka stosowana, Warszawa.
- Cialdini R.B., 1994, 2004, W്യwieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, przeł. B. Wojciszke, Gdańsk.
- Cicero M. Tullius, 1934, Brutus, ed. P. Reis, Lipsiae.
- Cichocka H., Lichański J.Z., 1995, Zarys historii retoryki. Od początku do upadku cesarstwa bizantyjskiego, Warszawa.
- Cioran E., 1978, Aforyzmy i myśli, „Literatura na Świecie”, nr 2.
- Cole P., Morgan J.L. (red.), 1975, Syntax and Semantics 3. Speech Acts, New York.
- Culler J., 1998, Teoria literatury, przeł. M. Bassaj, Warszawa.
- Curtius E.R., 1997, Literatura europejska i łacińskie średniowiecze, przeł. A. Borowski, Kraków.
- Cycon M. Tulliusz, 1873, Pisma krasomówcze i polityczne. Rozmowa o mowcy, Brutus czyli o sławnych mowcach, Mowca Brutusowi poświęcony, O doskonałych mowcach, O Rzeczypospolitej, O prawach, przeł. E. Rykaczewski, Poznań.
- Cyruł W., 2004, Topika i prawo (krytyczna analiza topicznej wizji dyskursu prawnego), „Państwo i Prawo”, R. 59, z. 6, s. 47–54.
- Czarnowski P., 2004, Słuchaj zanim powiesz, www.proto.pl/PR/Pdf/sluchaj_zanim_powiesz.pdf
- Czarnowski P., 2006, Kolor PR, w: Public relations – elementy wiedzy i praktyki, red. A. Drzycimski, Warszawa, s. 65–74.
- Dembińska-Pawelec J., 1999, Światy możliwe w poezji Stanisława Barańczaka, Katowice.
- Derrida J., 1986, Biała mitologia: metafora w tekście filozoficznym, „Pamiętnik Literacki”, z. 3.
- Derrida J., 1992, Farmakon, w: tegoż, Pismo filozofii, oprac. B. Banasiak, Kraków.
- Derrida J., 1998, Niewczesne aforyzmy, przeł. M.P. Markowski, „Literatura na Świecie”, nr 11–12.
- Derrida J., 1999, O gramatologii, przeł. B. Banasiak, Warszawa.
- Derrida J., 2002, Biała mitologia. Metafora w tekście filozoficznym, przeł. J. Margański, w: tegoż, Marginesy filozofii, Warszawa.

- Detz J., 2004, *Sztuka przemawiania. Nie co mówić, ale jak mówić*, przeł. J. Bartosik, Gdańsk.
- Dębska A., 2004/2005, Topika stanu wojennego w poezji Wiesława Kazaneckiego, „Bibliotekarz Podlaski”, nr 9/10, s. 169–176.
- Dijk T. van, 1972, *Some aspects of text grammars. A study in theoretical linguistics and poetics*, Den Haag–Paris.
- Dionizjusz, 1953, O zestawianiu wyrazów, w: *Trzy stylistyki greckie. Arystoteles. Demetriusz. Dionizjusz*, oprac. W. Madyda, Wrocław.
- Dionysius z Halicarnassensis, 1904, *De compositione verborum*, ed. H. Usener, Lipsiae, przekł. pol. W. Madyda.
- Dobrzyńska T., 1988, Katachreza „inopiae causa”, w: *Studia o tropach*, t. I, red. T. Dobrzyńska, Wrocław.
- Dobrzyńska T., 1992, Nazwy własne w użyciach tropicznych: casus antonomazji, w: *Studia o tropach*, t. II, red. T. Dobrzyńska, Wrocław.
- Dobrzyńska T., 1993, *Tekst. Próba syntezy*, Warszawa.
- Dobrzyńska T., 1994, *Mówiąc przenośnie...: studia o metaforze*, Warszawa.
- Domańska E., 2000, Wokół metahistorii, w: H. White, *Poetyka pisarstwa historycznego*, oprac. E. Domańska, M. Wilczyński, Kraków.
- Douay-Soubelin F., 2001, Rhétorique, w: *Encyclopaedia Universalis*, Paris, s. 927–931.
- Draguła A., 2001, Dydaktyka fonetyki pastoralnej, w: *Dydaktyka homiletyki*, red. J. Twardy, Katowice.
- Dubisz S., 1997, Język i retoryka, w: *Nauka o języku dla polonistów*, red. S. Dubisz, Warszawa.
- Duszak A. (red.), 1997, *Culture and Styles of Academic Discourse*, Berlin.
- Dybel P., 1997, Nicowanie Lacana, „Teksty Drugie”, nr 5, s. 70.
- Dybel P., 2000a, „Z powrotem do Freuda!”, czyli psychoanaliza według Jacquesa Lacana, w: tegoż, *Urwane ścieżki. Przybyszewski – Freud – Lacan*, Kraków.
- Dybel P., 2000b, Wstęga nieświadomości, w: tegoż, *Urwane ścieżki. Przybyszewski – Freud – Lacan*, Kraków.
- Eco U., 1972, *Pejzaż semiotyczny*, przeł. A. Weisberg, Warszawa.
- Empiricus Sextus, 1914, *Adversus mathematicos*, ed. Hermann Mutschmann, Lipsiae (Teubner).
- Empiricus Sextus, 1970, *Przeciw logikom*, przeł. I. Dąbska, Warszawa.

- Emrich B., 1977, Topika i topoi, „Pamiętnik Literacki”, z. 1.
- Ervin-Tripp S.M., Slobin D.J., 1966, Psycholinguistics, „Annual Review of Psychology”, 17, s. 435–474.
- Fish S., 2002, Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane, red. A. Szahaj, wstęp R. Rorty, przedmowa A. Szahaj, Kraków.
- Fiske J., 1999, Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, przeł. A. Gierczyk, Wrocław.
- Fleischer M., 2002, Teoria kultury i komunikacji. Systemowe i ewolucyjne podstawy, przeł. M. Jaworowski, Wrocław.
- Foucault M., 1977, Archeologia wiedzy, przeł. A. Siemek, Warszawa.
- Fras J., 1999, Dziennikarski warsztat językowy, Wrocław.
- Frege G., 1977, Pisma semantyczne, przeł. B. Wolniewicz, Warszawa.
- Freud S., 1996, Objaśnianie marzeń sennych, przeł. R. Reszke, Warszawa.
- Fuhrmann M., 1960, Das systematische Lehrbuch. Ein Beitrag zur Geschichte der Wissenschaften in der Antike, Göttingen.
- Gaj B., 1998, Kultura języka z retoryką, czyli o nowej propozycji programowej, w: „Nauczyciel i Szkoła”, nr 2 (5).
- Gaj B., 2007, Tradycje retoryczne na dawnym Śląsku (XVI–XVIII wiek), Opole.
- Gaonkar D.P., 1997, The Idea of Rhetoric in the Rhetoric of Science, w: Rhetorical Hermeneutics. Invention and Interpretation in the Age of Science, red. A.G. Gross, W.M. Keith, New York.
- Garfinkel H., 1967, Studies in ethnomethodology, Englewood Cliffs, NJ.
- Gill A.M., Whedbee K., 2001, Retoryka, w: Dyskurs jako struktura i proces, red. T.A. van Dijk, przeł. G. Grochowski, Warszawa.
- Głodowski W., 1999, Bez słowa. Komunikacyjne funkcje zachowań niewerbalnych, Warszawa.
- Głowiński M., 1972, Peryfrazy współczesne, „Teksty”, z. 3.
- Głowiński M., 1977, „Pamiętnik Literacki”, z. 1.
- Głowiński M., 1990, Nowomowa po polsku, Warszawa.
- Głowiński M., 1992, Przestrzenne tematy i wariacje, w: tegoż, Poetyka i okolice, Warszawa.
- Głowiński M., 2002, Ironia jako akt komunikacyjny, w: Ironia, 2002.
- Goban-Klas T., 1997, Public relations, czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania, Warszawa.

- Goban-Klas T., 2002, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa.
- Goffman E., 1963, Behavior in public places, Glencoe.
- Goffman E., 1974, Frame analysis: an essay in the organization of experience, New York.
- Grice H.P., 1975, Logic and conversation, w: Cole, Morgan (red.), s. 43–58.
- Groupe μ , 1970, Rhétorique générale, Paris.
- Grzegorski Z., 1970, Posługa słowa w schemacie teorii komunikacji, „Studia Theologica Varsaviensia”, nr 1.
- Grzegorski Z., 1973, Wprowadzenie do teorii przekazu homiletycznego, w: Praktyka przepowiadania słowa Bożego, red. L. Kuc, t. 2, Warszawa.
- Grzenia J., 1994, Funkcje języka mówionego jako składnika reklam radiowych, w: Współczesna polszczyzna w odmianie opracowanej (oficjalnej), red. Z. Kurzowa, W. Śliwiński, Kraków.
- Gumperz, J.J., Hymes D. (red.), 1964, The ethnography of communication, „American Anthropologist”, 66 (6), vol. II.
- Gutorow J., 2003, Forma protestu (Stanisław Barańczak), w: tegoż, Niepodległość głosu. Szkice o poezji polskiej po 1968 roku, Kraków.
- Heck D., 1997, Wokół nowego historycyzmu, „Pamiętnik Literacki”, z. 2.
- Hinds J., 1983, Contrastive rhetoric, „Text” 3(2), s. 183–195.
- Holoubek G., 2002, Środki ekspresji, w: Skrypty Becka. Wymowa prawnicza, Warszawa.
- Łowiecki M., 1989, wstęp do: Jakubowicz, red., s. 3–6.
- Ingarden R., 1988, O dziele literackim: badania z pogranicza ontologii, teorii języka i filozofii literatury, przeł. M. Turowicz, Warszawa.
- Ironia, 2002, red. M. Głowiński, Gdańsk.
- Jabłońska-Bonca J., 2003, Prawnik a sztuka negocjacji i retoryki, Warszawa.
- Jak dzisiejszemu człowiekowi mówić o Bogu, 1995, red. B. Bejze, Warszawa.
- Jakobson R., 1960, Linguistics and Poetics, pierwodruk, w: Style in Language, New York, pierwodruk pol.: „Pamiętnik Literacki”, z. 2.
- Jakobson R., 1989a, Dwa aspekty języka i dwa typy zakłóceń afatycznych, w: tegoż, W poszukiwaniu istoty języka. Wybór pism, t. 1, oprac. M.R. Mayenowa, Warszawa.

- Jakobson R., 1989b, Poetyka w świetle językoznawstwa, przeł. K. Pomorska, w: tegoż, W poszukiwaniu istoty języka. Wybór pism, t. 2, oprac. M.R. Mayenowa, Warszawa.
- Jakubowicz K., red., 1989, Vademecum dziennikarstwa BBC, przeł. J. Pogorzelska, Warszawa.
- Jan Paweł II, 1997, Pielgrzymki do Ojczyzny 1979, 1983, 1987, 1991, 1995, 1997. Przemówienia i homilie, oprac. J. Poniewierski, Kraków.
- Jankowski H., 1992, Z tej drogi zejść nie mogą: wybór kazań z lat 1983–1991, Gdańsk.
- Japola J., 1983, Metafora a teoria aktów mowy, w: Studia o metaforze, t. 2, red. M. Głowiński, A. Okopień-Sławińska, Wrocław.
- Jaroszyński Cz., Jaroszyński P., 1998, Podstawy retoryki klasycznej, Warszawa.
- Język a kultura, 1994, t. 11: Język polityki a współczesna kultura polityczna, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław.
- Język w mediach masowych, 2000, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa.
- Jordanskaja L., Mielczuk I., 1988, Konotacja w semantyce lingwistycznej i leksykografii, przeł. W. Fal, w: Konotacja, red. J. Bartmiński, Lublin.
- Kall J., 1999, Reklama, Warszawa.
- Kałuża Z., 2005, Topos translatio studii w Krakowie po odnowieniu Uniwersytetu, „Przegląd Tomistyczny”, t. 11, s. 71–150.
- Kamińska-Szmaj I., 1996, Slogan reklamowy – budowa składniowa, „Poradnik Językowy”, z. 4.
- Kamionka-Straszakowa J., 1992, Zbłąkany wędrowiec. Z dziejów romantycznej topiki, Wrocław.
- Kant I., 1986, Krytyka władzy sądenia, przeł. J. Gałęcki, Warszawa.
- Kaplan R.B., 1966, Cultural Thought Patterns in Intercultural Education, „Language Learning” 16, 1–20.
- Karaś H., Wierzbicka E., 2002, Język Polski. Wśród znaków kultury. Retoryka, Kielce.
- Karpiński A., 1989, Mowy i rozmowy Herakliusza Lubomirskiego, w: Kultura żywego słowa w dawnej Polsce, red. H. Dziechcińska, Warszawa.
- Kennedy G., 1963, The Art. of Persuasion in Greece, Princeton.

- Kennedy G.A., 1980, *Classical Rhetoric and Its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times*, London.
- Kerbat-Orecchioni C., 2002, *Ironia jako trop*, w: *Ironia*, 2002.
- Kochan M., 1994, „Przyklejanie etykietek”, czyli o negatywnym określaniu przeciwnika, w: *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław.
- Kochan M., 2002, *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa.
- Kochan M., 2005, *Pojedynek na słowa. Techniki erystyczne w publicznych sporach*, Kraków.
- Kohout J., 2006, *Retoryka. Mowa zjednuje ludzi*, Warszawa.
- Kongregacja ds. Duchowieństwa, 1999, *Kapłan – głosiciel słowa, szafarz sakramentów i przewodnik wspólnoty w drodze do trzeciego tysiąclecia chrześcijaństwa*, Poznań.
- Korolko M., 1981, *O prozie „Kazań sejmowych” Piotra Skargi*, Warszawa.
- Korolko M., 1990, 1998, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa.
- Korolko M., 2001, *Retoryka i erystyka dla prawników*, Warszawa.
- Koryś Z., 2006, *Topos legionowski i liryczne pamiątki*, „*Rocznik Legionowski*”, t. 2, s. 77–100.
- Kosowska E., 2003, *Antropologia literatury. Teksty, konteksty, interpretacje*, Katowice.
- Kossakowska-Jarosz K., 2005, *Topos arkadyjski w twórczości Jana Goczoła*, „*Literatura Ludowa*”, R. 49, nr 1, s. 3–31.
- Kotler P., 1994, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, przeł. J. Dziwota i in., Warszawa.
- Kruszyńska A., 2003, *Analiza dzieła literackiego w gimnazjum (środki artystyczne w prozie)*, w: *Uwieść słowem*, 2003.
- Krzywy R., 2006, *Topika i idea: narratologiczna lektura „Legendy o św. Aleksym”*, „*Ruch Literacki*”, R. 47, z. 3, s. 307–323.
- Księżyk R., 2004, *Maniacy szybkości. Mutanci!*, „*Antena Krzyku*”, nr 2.
- Kuc L., 1980, *Komunikacja z Chrystusem*, w: *Studia z historii kaznodziejstwa i homiletyki*, t. 2, Warszawa.
- Kuc L., 1997, *Krótki traktat o teologii komunikacji*, Leszno.
- Kucharski E., 1986, *Kompozycja literacka. Jej istota i badanie*, w: *tegoż, Między teorią a historią literatury, wybór i oprac. A. Hutnikiewicz*, Warszawa.

- Kumaniecki K., 1969, *Historia, kultury starożytnej Grecji i Rzymu*, Warszawa.
- Kumaniecki K., 1977, *Literatura rzymska. Okres cyceroński*, Warszawa.
- Kwiatkowski S., 1977, *Słowo i emocje w propagandzie*, Warszawa.
- Kwintyliian, 1951, *Kształcenie mówcy*. Ks. I, II, X, przeł. M. Brożek, Wrocław.
- Kwintyliian [Quintilianus M. Fabius], 1958, *The Institutio Oratoria [...]* with An English Translation by H.E. Butler, t. 1–4, Londyn.
- Kwintyliian, 2002, *Kształcenie mówcy*, Księga I, II, X, przeł. i oprac. M. Brożek, Warszawa.
- Labov W., 1966, *The social stratification of English in the New York City, Arlington*.
- Lacan J., 1996, *Funkcja i pole mowy i mówienia w psychoanalizie*, przeł. B. Gorczyca, W. Grajewski, Warszawa.
- Lakoff G., Johnson M., 1980, *Metaphors we live by*, Chicago.
- Lakoff G., Johnson M., 1988, *Metafory w naszym życiu*, przeł. T.P. Krzeszowski, Warszawa.
- Lalewicz J., 1975, *Komunikacja językowa i literatura*, Wrocław.
- Lausberg H., 2002, *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*, przekł., wstęp i oprac. A. Gorzkowski, Bydgoszcz.
- Leary M., 1999, *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, przeł. A. Kacmajor, M. Kacmajor, Gdańsk.
- Leathers D.G., 2007, *Komunikacja niewerbalna. Zasady i zastosowania*, przeł. M. Trzcińska, red. Z. Nęcki, Warszawa.
- Leech G.N., 1983, *Principles of pragmatics*, London.
- Levinson S.C., 1983, *Pragmatics*, Cambridge.
- Lewandowska-Tarasiuk E., 2001, *Sztuka występów publicznych czyli jak zostać dobrym mówcą*, Warszawa.
- Lewek A., 1980, *Współczesna odnowa kaznodziejstwa. Zarys homiletyki ogólnej*, z. 2, Warszawa.
- Lewek A., 1984, *Funkcja kerygmaticzna Kościoła w świetle Vaticanum II*, t. 1, Warszawa.
- Lewicki A.M., 1995, *Frazeologizmy w sloganach reklamowych. (Reklama prasowa)*, w: *Kreowanie świata w tekstach*, red. A.M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin.

- Lewicki A.M., Nowak P., 2000, Językowa manipulacja w mediach, w: Język w mediach masowych, 2000.
- Lewiński P.H., 1999, Retoryka reklamy, Wrocław.
- Lewiński P., 2000, O figuralności tekstów perswazyjnych, w: Regulacyjna funkcja tekstów, red. K. Michalewski, Łódź.
- Libera A., 1999, O Chirurgicznej precyzji Stanisława Barańczaka, „Zeszyty Literackie”, nr 1.
- Lichański J.Z., 1984, Retoryka. Przegląd współczesnych szkół i metod badawczych, w: Retoryka i literatura, red. B. Otwinowska, Wrocław.
- Lichański J.Z., 1994, Retoryka i reklama, w: Polszczyzna a/i Polacy u schyłku wieku, red. K. Handke, H. Datewska-Greń, Warszawa, s. 299–311.
- Lichański J.Z., 1998, Retoryka, w: Literatura, teoria, metodologia, red. D. Ulicka, Warszawa.
- Lichański J.Z., 2000, Retoryka. Od renesansu do współczesności. Tradycja i innowacje, Warszawa.
- Lichański J.Z., 2003, Retoryka w Polsce. Studia o historii, nauczaniu i teorii retoryki w czasach I Rzeczypospolitej, Warszawa.
- Lichański J.Z., 2007, Retoryka. Historia – teoria – praktyka, t. 1–2, Warszawa.
- Lizjasz, 1998, Mowy, przeł., oprac. i wstępem poprzedził R. Turasiewicz, „Biblioteka Przekładów z Literatury Starożytnej”, nr 11, Kraków.
- Lo Cascio V., 1991, Grammatica dell'argomentare. Strategie e strutture, Firenze.
- Loewe I., 1997, Reklama zaprasza do gry, czyli czym, jak i o co gra się w tekście reklamowym, w: Gry w języku, kulturze i literaturze, red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk, Warszawa.
- Loewe I., 2001, Stylistyka tekstu perswazyjnego, w: Stylistyka a pragmatyka, red. B. Witosz, Katowice.
- Loewe I., 2004, Definicje i definiowanie w reklamie, „Język Polski”, z. 1.
- Loewe I., 2007, Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej, Katowice.
- Lotman J.M., 1985, Retoryka, przeł. J. Faryno, „Literatura na Świecie”, nr 3.
- Łysakowski T., 2005, Wpływowe osoby. Gramatyka i perswazja, Warszawa.

- Maciejewski M., 2003, Kształcenie kompetencji retorycznych na poziomie uniwersyteckim w perspektywie rozwoju umiejętności zawodowych, w: *Uwieść słowem*, 2003.
- Maciejewski M., 2005, Pragmalingwistyczne aspekty argumentowania, „*Forum Artis Rhetoricae*”, fasc. 3–4, s. 63–76.
- Maciuszkiewicz M., 1977, Analiza krytyczna języka kaznodziejskiego, „*Materiały Problemowe*”, R. 9, nr 11.
- Madyda W., 1947, *De concinnitate formae et argumenti quid antiqui artis iudices tradiderint*, „*Archiwum Filologiczne PAU*”, nr 21, Kraków.
- Mahony P.J., 1982, *Freud as a Writer*, New Haven.
- Mahony P.J., 1987, *Psychoanalysis and Discourse*, New York.
- Majka J., 1995, *Metodologia nauk teologicznych*, Wrocław.
- Malczewska J., 2004, *Dziwność ludzkiego istnienia, czyli topos labiryntu*, „*Polonistyka*”, R. 57, nr 9, s. 9–14.
- Mała encyklopedia wiedzy politycznej, 2003, red. M. Chmaj, W. Sokoła, Toruń.
- Man P. de, 2000a, *Epistemologia metafory*, w: tegoż, *Ideologia estetyczna*, przeł. A. Przybysławski, wstęp A. Warmiński, Gdańsk.
- Man P. de, 2000b, *Opór wobec teorii*, przeł. M. Rusinek, w: *Dekonstrukcja w badaniach literackich*, red. R. Nycz, Gdańsk.
- Man P. de, 2004a, *Alegorie czytania: język figuralny u Rousseau, Nietzschego, Rilkego i Prousta*, przeł. A. Przybysławski, Kraków.
- Man P. de, 2004b, *Retoryka perswazji (Nietzsche)*, w: tegoż, *Alegorie ...*
- Markowski M.P., 1997a, *Efekt inskrypcji. Jacques Derrida i literatura*, Bydgoszcz.
- Markowski M.P., 1997b, *Nietzsche. Filozofia interpretacji*, Kraków.
- Marrou H., 1969, *Historia wychowania w starożytności*, przeł. S. Łoś, Warszawa.
- Martialis, 1930, *Epigrammes*, ed. H.J. Izaac, Paris.
- Maślanka-Soro M., 2006, *Topos złotego wieku w literaturze włoskiej: Dante, Tasso, Parini*, „*Acta Universitatis Lodzianae. Folia Litteraria Romanica*” [Z.] 4, s. 161–171. *Materiały z V Spotkania Specjalistów Dawnych Literatur Romańskich*, Łódź.
- Matuszczyk B., 1997, *Siedem grzechów głównych polskiego kaznodziejstwa*, „*Więź*”, z. 7 (465).
- Mayenowa R., 1979, *Poetyka teoretyczna. Zagadnienia języka*, Wrocław.

- Maykowska M., 1936, *Klasyczna teoria wymowy*, Warszawa.
- McCloskey D.N., 1982, *The Rhetoric of Economics*, Canberra.
- Mellard J.M., 1991, *Using Lacan, Reading Fiction*, Chicago.
- Mikołajczuk A., 2003, O komunikacji językowej, w: *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa.
- Mikułowski-Pomorski J., 1988, *Informacja i komunikacja. Pojęcia, wzajemne relacje*, Kraków.
- Miller J.H., 1992, Krytyk jako gospodarz/żywiciel, przeł. W. Kalaga, w: *Współczesna teoria badań literackich za granicą*, t. 4, cz. 2, oprac. H. Markiewicz, Kraków.
- Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., 2007, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, red. U. Jakubowska, przeł. P. Izdebski, A. Jaworska, D. Kobylińska, Warszawa.
- Muecke D.S., 2002, Ironia. Podstawowe klasyfikacje, w: *Ironia*, 2002.
- Murdoch A., 1998, *Język public relations. Jak promować firmę*, Warszawa.
- Murphy J.J., 1974, *Rhetoric in the Middle Ages. A History of Rhetorical Theory from Saint Augustine to the Renaissance*, Berkeley–Los Angeles–London.
- Mytych B., 2004, Myślenie aforystyczne: Ginzburg po raz pierwszy, „Anthropos”, nr 2–3 (www.anthropos.us.edu.pl).
- Niedźwiedź J., 2003, *Nieśmiertelne teatra sławy. Teoria i praktyka twórczości panegirycznej na Litwie w XVII–XVIII w.*, Kraków.
- Nietzsche F., 1973, *Aforyzmy*, oprac. S. Licheński, Warszawa.
- Nietzsche F., 1993, O prawdzie i kłamstwie w pozamoralnym sensie, w: tegoż, *Pisma pozostałe 1862–1875*, przeł. B. Baran, Kraków.
- Nietzsche F., 1997, *Przedstawienie retoryki starożytnej*, przeł. B. Baran, w: *Nietzsche 1900–2000*, oprac. A. Przybysławski, Kraków.
- Nietzsche F., b.d., *Tako rzecze Zaratustra*, przeł. W. Berent, Gdynia.
- Norden E., 1918, *Die antike Kunstprosa*, Bd. I, Leipzig–Berlin.
- Norden E., 1971, *Die antike Kunstprosa*, Darmstadt.
- Nowak P., 2002, *SWOI i OBCY w językowym obrazie świata*, Lublin.
- Nowak P., Olejnik K., 2001, „Współcześni czarnoksiężnicy” – magia i rytuał w tekstach politycznych, „Etnolingwistyka”, t. 13, Lublin, s. 27–48.
- Nowak P., Siwiec A., 1994, „Kto komu” – językowe sposoby przedstawiania i komentowania wydarzeń politycznych (na materiale

- „Przeglądu Tygodniowego”), w: *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 75–84.
- Nycz R., 1996, *Sylwy współczesne*, Kraków.
- Obremski K., 2003, *Panegiryczna sztuka postaciowania: August II Mocny* (J.K. Rubinkowski „Promienie cnót królewskich...”), Toruń.
- Obremski K., 2004, *Retoryka dla studentów historii, politologii i dziennikarstwa*, Toruń.
- Oleszczak D., 2003, *Paradoksy nauczania retoryki*, w: *Uwieść słowem*, 2003.
- Ong W.J., 1992, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, przeł. i wstępem opatrzył J. Japola, Lublin.
- Ornatowski C.M., 2003, *Nauczanie retoryki w USA: Orientacje, założenia, praktyka*, w: *Uwieść słowem*, 2003.
- Pacuszkiwicz M., 1977, *Analiza krytyczna języka kaznodziejskiego*, „Materiały Problemowe”, R. 9, nr 11.
- Pajdzińska A., 1993, *Frazeologizmy jako tworzywo współczesnej poezji*, Lublin.
- Parsons T., 1969, *Struktura społeczna a osobowość*, Warszawa.
- Paszek J., Mazurkiewicz F., 1998, *PrzeczyTacie „Ferdydurke”*: szkolna encyklopedia języków Ferdydurki, Katowice.
- Pawłowska M., 1999, *Topika gatunku powieściowego – badania SATOR*, „Pamiętnik Literacki”, z. 4.
- Perelman Ch., 1984, *Logika prawnicza. Nowa Retoryka*, Warszawa.
- Perelman Ch., 2002, *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, przeł. M. Chomicz, red. R. Kleszcz, Warszawa.
- Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L., 1970, *Traité de l’argumentation: la nouvelle rhétorique*, Bruxelles.
- Piechota M., 1989, *O retoryczności mów postaci „Pana Tadeusza” Adama Mickiewicza. Rekonesans*, w: *Retoryka i badania literackie. Rekonesans*, red. J.Z. Licheński, Warszawa.
- Piechota M., 2000, *Od Szlachcica do Pana Tadeusza. O wariantach tytułu arcyepoematu Adama Mickiewicza i ich konsekwencjach interpretacyjnych*, w: *tegoż, Od tytułu do Epilogu. Studia i szkice o Panu Tadeuszu*, Katowice.

- Pielatowski K., 1985, Język homilii elementem orędzia, „Biblioteka Kaznodziejska”, nr 115.
- Pietrzak M., 2004, Interpretacje. Poradnik praktycznego zastosowania retoryki w pracy artystycznej i działalności kulturalno-oświatowej dla nauczycieli, instruktorów teatralnych, aktorów amatorskich zespołów teatralnych, recytatorów, pracowników domów kultury, bibliotekarzy, logopedów, Warszawa.
- Pietrzak P., 2005, Metafora w języku myśli i kulturze: Nietzsche, Lakoff i Johnson (<http://venus.ci.uw.edu.pl/~rubikon/Nr11/pietrzak.htm>; dane z czerwca 2005 r.).
- Pisarek W., 1975, Retoryka dziennikarska, Kraków.
- Pisarek W., 1976, Język służy propagandzie, Kraków.
- Pisarek W., 2002, Nowa retoryka dziennikarska, Kraków.
- Platon, 1914, Fajdros, in: Dialogi secundum Thrasylli Tetralogias dispositi ex recognitione C. Fr. Hermani, vol. II, Lipsiae.
- Platon, 1991, Gorgiasz, Menon, przeł. P. Siwek, Warszawa.
- Platon, 1993, Fajdros, przeł. L. Regner, Warszawa.
- Pliniusz, 1965, Listy Pliniusza Młodszeo, przeł. S. Patoń, Częstochowa.
- Płuciennik J., 2000, Retoryka wzniosłości w dziele literackim, Kraków.
- Podbielski H., 1988, Wstęp, w: Arystoteles, Retoryka, przeł. H. Podbielski, Warszawa, s. 3–60.
- Podbielski H., 2004, Wstęp, w: Arystoteles, Retoryka, Retoryka dla Aleksandra, Poetyka, przeł., wstępem i komentarzem opatrzył H. Podbielski, Warszawa.
- Pohlmann C., 1967, Die Formen der Verkündigung innerhalb der Kirche, w: Verkündigung 1, red. P. Borrmann, Stuttgart.
- Pracz J., 1986, Zwrot ku retoryce, „Wiadomości Diecezjalne Podlaskie”, nr 1–3.
- Pratkanis A., Aronson E., 2003, Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Warszawa.
- Praz M., 1981, Mnemosyne. Rzecz o powinowactwie literatury i sztuk plastycznych, przeł. W. Jekiel, Warszawa.
- Przybylski R., 1966, „Et in Arcadia ego”. Esej o tęsknotach poetów, Warszawa.

- Przybyła-Loewe I., 1995, W poszukiwaniu literackości reklamy, „Język Artystyczny”, t. 9, Katowice.
- Przyczyna W., 1994a, Słowo Boże i ludzkie w kazaniu, „Materiały Homiletyczne”, nr 143.
- Przyczyna W., 1994b, Słowo Boże i ludzkie w kazaniu. Charakterystyczne cechy kazania jako utworu mówionego, w: Współczesna polszczyzna w odmianie opracowanej (oficjalnej), red. Z. Kurzowa, W. Śliwiński, Kraków.
- Przyczyna W., 1997, Funkcje kaznodziei i ich odzwierciedlenia językowe, w: Sługa Słowa, red. W. Przyczyna, Kraków.
- Przyczyna W., Siwek G., 1998, Edukacja językowa księży, „Ateneum Kapłańskie”, nr 130, z. 2.
- Psychoanalysis and Language, 1978, red. J.H. Smith, New Haven.
- Pstrąg J., 2004, Werbalne i niewerbalne techniki i strategie konwersacyjnego oponowania na materiale debat telewizyjnych, Kraków.
- Quintilianus M. Fabius, 1907, Institutionis oratoriae libri XII, ed. L. Radermacher, Lipsiae.
- Rahner K., 1964, Die Grundfunktionen der Kirche, w: Handbuch der Pastoraltheologie, Bd. 1, red. F.X. Arnold [u. a.], Freiburg.
- Rahner K., 1968, Problem demitologizacji i zadanie kaznodziejstwa, „Concilium” 4, nr 1–10.
- Rejter A., 2005, Miejsce retoryki we współczesnej komunikacji. Zarys problematyki, „Język Polski”, nr 2, s. 118.
- Religia a literatura w publikacjach KUL 1918–1993, 1996, praca zbiorowa, oprac. J. Gotfryd, Lublin.
- Ricoeur P., 1984, Proces metaforyczny jako poznanie, wyobrażanie i odczuwanie, „Pamiętnik Literacki”, z. 2.
- Ricoeur P., 1989, Metafora i symbol, w: tegoż, Język, tekst, interpretacja, Warszawa.
- Ries A., Ries L., 2004, Upadek reklamy i wzlot public relations, przeł. M. Ciszewska, Warszawa.
- Rousseau J.-J., 2001, Szkic o pochodzeniu języków, przeł. B. Banasiak, Kraków.
- Rowiński C., 1978, Cioran albo granice sceptyzmu, „Literatura na Świecie”, nr 2.

- Ruhleder R., 2002, Po prostu sprzedawać lepiej. Retoryka w sprzedaży, Warszawa.
- Rusinek M., 2003, Między retoryką a retorycznością, Kraków.
- Rusinek M., Załazińska A., 2005, Retoryka podręczna czyli jak wnikliwie słuchać i przekonująco mówić, Kraków.
- Ruwet N., 1977, Synekdochy i metonimie, „Pamiętnik Literacki”, z. 1.
- Rymkiewicz J.M., 1968, Myśli różne o ogrodach. Dzieje jednego toposu, Warszawa.
- Ryszkiewicz M., 2003, Forma ideologii – ideologia formy, Lublin.
- Sacks H., 1992, Lectures on conversation, Cambridge.
- Sarnowska-Temierusz E., 1974, Droga na Parnas. Problemy staropolskiej wiedzy o poezji, Warszawa.
- Sarnowska-Temierusz E., 1998, Loci communes, w: Słownik literatury staropolskiej, red. T. Michałowska, Wrocław.
- Sato N., 1986, Synekdocha, trop podejrzany, „Pamiętnik Literacki”, z. 4.
- Saussure F. de, 1991, Kurs językoznawstwa ogólnego, Warszawa.
- Saussure F. de, 2002, Kurs językoznawstwa ogólnego [wyd. oryg. 1916], Warszawa.
- Schiffrin D., 1994, Approaches to discourse, Oxford.
- Schmölders C. (red.), 1986, Die Kunst des Gesprächs. Texte zur Geschichte der europäischen Konversationstheorie, München.
- Schopenhauer A., 1973, 1983, Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów, Kraków.
- Schwalbe H., 1994, Sztuka przemawiania, przeł. G. Kucharczyk, Warszawa.
- Schwarz A., 1993, Jak pracować nad kazaniem, Warszawa.
- Searle J.R., 1969, Speech acts. Cambridge.
- Searle, J.R., 1975, Indirect speech acts, w: Cole, Morgan (red.), s. 59–82.
- Sebeok T.A. (red.), 1960, Style in language, Cambridge.
- Seitel F.P., 2003, Public relations w praktyce, przeł. M. Albigowski i in., Warszawa.
- Sikorski W., 2005, Gesty zamiast słów. Psychologia i trening komunikacji niewerbalnej, Kraków.
- Siwek G., 1992, Przepowiadać skuteczniej. Elementy retoryki kaznodziejskiej, Kraków.

- Siwek G., 2001, Miejsce retoryki w homiletyce, w: Retoryka dziś. Teoria i praktyka, red. R. Przybylska, W. Przyczyna, Kraków.
- Siwek G., 2003, Posłowie, w: Retoryka na ambonie, red. P. Urbański, Kraków.
- Siwek G., 2005, Homiletyka w relacji do teologii pastoralnej, „Studia Pastoralne”, 1.
- Skarga P., 1984, Kazania sejmowe, oprac. J. Tazbir, przy współudziale M. Korolki, Wrocław.
- Skowronek K., 1993, Reklama. Studium pragmalingwistyczne, Kraków.
- Skwara M., 2001, Entymemat – zapomniana kategoria historii i teorii literatury?, w: Retoryka dziś. Teoria i praktyka, red. R. Przybylska, W. Przyczyna, Kraków.
- Skwarczyńska S., 1985, Topos „Ubi sunt qui ante nos fuerant” oraz styczne z nim formacje treściowo-formalne w poezji europejskiego kręgu kulturowego, w: tejże, W orbicie literatury, teatru, kultury naukowej, Warszawa.
- Sławek T., 2004, Tarantella. Jacques Derrida – in memoriam, „Tygodnik Powszechny”, nr 43.
- Słownik grecko-polski, 1958, red. Z. Abramowiczówna, Warszawa.
- Słownik języka polskiego, 1999, red. M. Szymczak, Warszawa.
- Słownik realizmu socjalistycznego, 2004, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków.
- Słownik terminów literackich, 1989, red. J. Sławiński, Wrocław.
- Sperber D., Wilson D., 1986, Relevance: communication and cognition, Oxford.
- Stefańczyk A.P., 2000, Pisteis w argumentacji retorycznej u Arystotelesa, „Roczniki Humanistyczne”, t. XLVIII, z. 3, Lublin.
- Stępnik K., 1988, Filozofia metafory, Lublin.
- Stuart C., 2002, Sztuka przemawiania i prezentacji, przeł. G. Gacparska, Warszawa.
- Studer B., 2003, Eruditio Veterum, w: Historia teologii. Epoka Patrystyczna, red. A. di Berardino, B. Studer, Kraków.
- Szczęśna E., 1992, Reklama – sztuka czy perswazja, „Dialog”, t. XI, s. 70–81.
- Szeja J., 2003, Debaty szkolne jako element kształcenia retorycznego, w: Uwieść słowem, 2003.

- Szewczyk L., 2003, Homilia jako miejsce zastosowania zasad retoryki. Nowe poszukiwanie wzajemnych relacji, „Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne”, t. 36, z. 1.
- Szkłowski W., 1970, Wskrzeszenie słowa, przeł. F. Siedlecki, w: Rosyjska szkoła stylistyki, red. M.R. Mayenowa, Z. Saloni, Warszawa.
- Szkłowski W., 1986, Sztuka jako chwyt, przeł. R. Łużny, w: Teoria badań literackich za granicą, t. 2, cz. 3, oprac. S. Skwarczyńska, Kraków.
- Szymanek K., 2001, Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny, Warszawa.
- Szymanek K., Wieczorek K.A., Wójcik A.S., 2004, Sztuka argumentacji. Ćwiczenia w badaniu argumentów, Warszawa.
- Ta dziwna instytucja zwana literaturą, 1998, Z Jacques'em Derridą rozmawia Derek Attridge, przeł. M.P. Markowski, „Literatura na Świecie”, z. 11–12.
- Tacitus Publius C., 1900, Dialogus de oratoribus, ed. H. Furneaux, Oxford.
- Tacyt, 1938, Dzieła, t. 1–3, przekł. i wstęp S. Hammer, Warszawa.
- Tacyt, 2004, Dzieła. Dialog o mówcach, 18, 2, przeł. S. Hammer, Warszawa.
- Tatarkiewicz W., 1960, Historia estetyki, t. 1–2, Wrocław.
- Testimonia et fragmenta, 1988, w: M.C. Frontonis, Epistulae, ed. M.P.J. Hout, Leipzig.
- The Linguistic Turn, 1964, red. R. Rorty, Chicago.
- The Purloined Poe. Lacan, Derrida and Psychoanalytic Readings, 1988, red. J.P. Muller, W.J. Richardson, Baltimore.
- Thom F., 1990, Drewniany język, Warszawa.
- Todorov T., 1988, Tropy i figury, w: Studia z teorii literatury. Archiwum przekładów „Pamiętnika Literackiego”, t. 2, red. K. Bartoszyński, M. Głowiński, H. Markiewicz, Wrocław.
- Tokarska-Bakir J., 2005, Topos ruin: zbawcze narracje w najnowszej historii Niemców, Żydów i Polaków, „Krytyka Polityczna”, nr 7/8, s. 266–285.
- Tokarz M., 2006, Argumentacja, perswazja, manipulacja, Gdańsk.
- Trębska M., 2002, Mowy weselne na tle staropolskiego obrzędu weselnego. Na podstawie „Penu synopticum” Stanisława Różyckiego, „Barok”, nr 1/2.

- Turasiewicz R., 1975, Od ethosu do ethopoi. Studia z antycznej terminologii krytycznoliterackiej u Dionizjusza z Halikarnasu, „Zeszyty Naukowe UJ, Prace Historycznoliterackie”, z. 32, Kraków.
- Turasiewicz R., 1991, Wstęp, w: Demostenes, Wybór mów, przeł. i oprac. R. Turasiewicz, Wrocław.
- Turasiewicz R., 2005, Mówcy attyccy, w: Literatura Grecji starożytnej, red. H. Podbielski, Lublin.
- Ulc̣inaite E., 1984, Teoria retoryczna w Polsce i na Litwie w XVII wieku. Próba rekonstrukcji schematu retorycznego, Wrocław.
- Uniwersalny słownik języka polskiego, 2003, red. S. Dubisz, Warszawa, t. 3.
- Urbański P., 2003, Wstęp. O kazaniu i retoryce raz jeszcze, w: Retoryka na ambonie, red. P. Urbański, Kraków.
- Uspienski B., 1997, Poetyka kompozycji. Struktura tekstu artystycznego i typologia form kompozycji, przeł. P. Fast, Katowice.
- Uwieść słowem, czyli Retoryka stosowana, 2003, red. J.Z. Lichański, Warszawa.
- Valesio P., 1986, Zarys studium personifikacji, „Pamiętnik Literacki”, z. 4
- Vernant J.-P., 1996, Źródła myśli greckiej, przeł. J. Szacki, Gdańsk.
- Vickers B., 1988, In Defence of Rhetoric, Oxford.
- Volkman R., 1995, Wprowadzenie do retoryki Greków i Rzymian, przeł. L. Bobiatyński, w: H. Cichocka, J. Lichański, Zarys historii retoryki, Warszawa.
- Wasilewski J., 2006, Retoryka dominacji, Warszawa.
- Weissenberger M., 2001, Rhetorik, 10; 958–987, in: Der neue Pauly. Enzyklopädie der Antike, ed. H. Cancik, Stuttgart.
- White H., 2000a, Poetyka pisarstwa historycznego, red. E. Domańska, M. Wilczyński, Kraków.
- White H., 2000b, Tropologia, dyskurs i rodzaje ludzkiej świadomości, przeł. A. Marciniak, w: tegoż, Poetyka ...
- Wiegandt E., 2004, Powinowactwa przez kompozycję (w literaturze nowoczesnej), w: Intersemiotyczność literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie), red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedź, Kraków.
- Wierzbicka A., 2004, Akty i gatunki mowy w różnych językach i kulturach [wyd. oryg. 1973], w: Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska, Szadura (red.), s. 107–136.

- Wierzbicka E., 2006, ABC dobrego mówcy, w: *Polszczyzna na co dzień*, red. M. Bańko, Warszawa.
- Wilczek P., 1991, Dwa spojrzenia na retorykę [recenzja książek: M. Korolko, *Sztuka retoryki*, J. Ziomek, *Retoryka opisowa*], „Ogród. Kwartalnik”, nr 4, s. 318–322.
- Wilczek P., 2005, *Retoryka i poetyka*, w: tegoż, *Literatura polskiego renesansu*, Katowice.
- Wilk W., 1987, *Literatura a przepowiadanie, kazanie jako przejaw twórczości literackiej*, „Współczesna Ambona” 15/4, s. 103–119.
- Wilk W., 1988, *Język kazania dziś*, „Homo Dei”, R. 57, nr 1.
- Wilk W., 2001, *Od retoryki ku teorii komunikacji w polskiej homiletyce*, w: *Retoryka dziś. Teoria i praktyka*, red. R. Przybylska, W. Przyczyna, Kraków.
- Wilkoń A., 2002, *Spójność i struktura tekstu*, Kraków.
- Winniczuk L., 1983, *Ludzie, zwyczaje i obyczaje starożytnej Grecji i Rzymu*, Warszawa.
- Wojcik K., 1977, *Public relations od A do Z*, t. 1–2, Warszawa.
- Wolańska E., 2003, *Kompozycja i spójność wypowiedzi językowej. Strategiczne pozycje tekstowe*, w: *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczyk, Warszawa.
- Wolińska O., 1989, *Język XIX-wiecznych wiadomości prasowych*, Katowice.
- Wysłouch S., 2004, *Literatura i obraz. Tereny strukturalnej wspólnoty sztuk*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedź, Kraków.
- Zabierowski S., 2005, *Topika września 1939 w literaturze polskiej*, „Kresy”, nr 4, s. 242–248.
- Załazińska A., 2001, *Schematy myśli wyrażane w gestach*, Kraków.
- Załęska M., 2005, *Argumentacja z perspektywy lingwistyki i retoryki*, „Forum Artis Rhetoricae”, nr 3–4, s. 49–62.
- Załęska, M., 2006, *Pogranicza dyscyplin: językoznawstwo a retoryka*, w: *Retoryka w Polsce: teoria i praktyka w ostatnim półwieczu*, red. M. Skwara, Szczecin.
- Zapasiewicz Z., 2002, *Sztuka mówienia*, w: *Skrypty Becka. Wymowa prawnicza*, Warszawa.

- Zarzycka A., 2002, O jednym wierszu Stanisława Barańczaka, w: Literatura polska 1990–2000, red. T. Cieślak, K. Pietrych, t. 1, Kraków.
- Zawodniak M., 1995, Świetna zabawa (uwagi o kompozycji Widokówki z tego świata Stanisława Barańczaka), „Teksty Drugie”, nr 2.
- Zerfass R., 1995, Od aforyzmu do kazania, Kraków.
- Zieliński T., 1928, O czytaniu mów sądowych Cyncerona w szkole, „Kwartalnik Klasyczny”, R. 2.
- Zimny R., 1995, Wartościowanie i magia w języku reklamy, w: Kreowanie świata w tekstach, red. A.M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin.
- Zimny R., 1996, Niektóre cechy współczesnego sloganu reklamowego, „Język Polski”, z. 2–3.
- Ziomek J., 1978, Sarbiewski jako krytyk Todorova, „Teksty”, z. 2.
- Ziomek J., 1986, O współczesności retoryki, w: Teoretycznoliterackie tematy i problemy, red. J. Sławiński, Wrocław.
- Ziomek J., 1990, Retoryka opisowa, Wrocław.
- Ziomek J., 1992, Wprowadzenie do teorii sołecyzmu: preliminaria translologiczne, w: Studia o tropach, t. 2., red. T. Dobrzyńska, Wrocław.
- Ziomek J., 1994a, Metafora a metonimia: refutacje i propozycje, w: tegoż, Prace ...
- Ziomek J., 1994b, Prace ostatnie. Literatura i nauka o literaturze, Warszawa.
- Ziomek J., 2000, Retoryka opisowa, Wrocław.
- Żurek E., 2005, Sztuka wystąpień publicznych czyli jak mówić, by osiągnąć cel, Warszawa.
- Żyłko B., 1994, Michaił Bachtin: w kręgu filozofii języka i literatury, Gdańsk.

II. Teksty

- Anonim tzw. Gall, 1989, Kronika polska, przeł. R. Grodecki, oprac., wstęp i przypisy M. Plezia, Wrocław.
- Barańczak S., 1988, Widokówka z tego świata i inne rymy z lat 1986–1988, Paryż.

- Barańczak S., 1998, Chirurgicalna precyzja, w: tegoż, Chirurgicalna precyzja: elegie i piosenki z lat 1995–1997, Kraków.
- Barańczak S., 1980, Tryptyk z betonu, zmęczenia i śniegu, Kraków.
- Barańczak S., 1990, Tablica z Macondo, Londyn.
- Bartoszewski W., 2001, Ponad podziałami: wybrane przemówienia i wywiady, lipiec–grudzień 2000, wybór D. Piwowarczyk, Warszawa.
- Cycon, 1960, Mowy wybrane, przeł. i oprac. J. Mrukówna, D. Turowska, S. Kołodziejczyk, przedm. poprzedził K. Kumaniecki, Warszawa.
- Cycon, 1998, Mowy, przeł. S. Kołodziejczyk, J. Mrukówna, D. Turkowska, Kęty.
- Gołaszewski S., 1990, Reggae Rastafari, Bydgoszcz.
- Gombrowicz W., 1986, Dzieła, t. 2: Ferdynurke, red. J. Błoński, Kraków–Wrocław.
- Gomułka W., 1990, Nowy rozdział [Przemówienie na VI sesji KRN, 31 grudnia 1944 r.], w: Magia słowa. Słynne oracje, oprac. Z. Zaryczny, Bydgoszcz, s. 179.
- Homer, 1920, Ilias, in: Homeri Opera, D.B. Monro, Th.W. Allen, Oxonii.
- Homer, 1981, Iliada (Pieśń IV, w. 297–300), przeł. K. Jezewska, wstępem i przypisami opatrzył J. Łanowski, Wrocław.
- Homer, 1999, Iliada, przeł. K. Jezewska, Warszawa.
- Jan Paweł II, 2005, Przemówienie wygłoszone z okazji sześćsetlecia Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Jagiellońskiego, w: tegoż, Pielgrzymki do Ojczyzny 1979–1983–1987–1991–1995–1997–1999–2002. Przemówienia i homilie, Kraków.
- Kijowski A., 1998, Dziennik 1955–1969, wybór i oprac. K. Kijowska, J. Błoński, Kraków.
- Kołąkowski L., 1999a, Moje słuszne poglądy na wszystko, Kraków.
- Kołąkowski L., 1999b, O sprawie seksu, w: tegoż, Mini-wykłady o maxi-sprawach, Kraków.
- Kołąkowski L., 2004a, Mini-wykłady o maxi-sprawach, Kraków.
- Kołąkowski L., 2004b, O co nas pytają wielcy filozofowie, Kraków.
- Krynicky R., 1991, Język, to dzikie mięso, w: Od Staffa do Wojaczka: poezja polska 1939–1988, t. 2, red. B. Drozdowski, B. Urbankowski, Łódź.
- Kryszpin-Kirszenstein A.K., 1745, Mowa W. Jmci Pana Kryszpina Pisarza Polnego Litewskiego Marszałka, witając króla Jmci od izby poselskiej

- na sejmie grodzińskim roku 1693, w: J. Ostrowski-Daneykowicz, Swada polska i łacińska, Kalisz, Druk., Coll. SJ, cz. 1, s. 132.
- Kuśniewicz A., 1976, Trzecie królestwo, Warszawa.
- Kuśniewicz A., 1980, Król Obojga Sycylii, Warszawa.
- Kuśniewicz A., 1987, Nawrócenie, Kraków.
- Kwaśniewski A., 2000, Wystąpienie prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego ogłoszone na Placu Zamkowym w Warszawie 10 lipca 1997 r., www.prezydent.pl/nawosci 28.10.2000.
- Kwaśniewski A., 2002, Przemówienia, listy, wywiady: 2001, wybór A. Kwaśniewski, wybór i oprac. S. Ćwik, K. Domska, Warszawa.
- Łukaszewicz J., 1962, Sznaciarze i bohaterowie, Kraków.
- Marcjalis, 1971, Epigramy, przeł. S. Kołodziejczyk, Warszawa.
- Mickiewicz A., 1995, Dzieła. Wydanie Rocznicowe, t. 4: Pan Tadeusz, red. Z.J. Nowak, Warszawa.
- Olechowski A., 2000, Przejdźmy do konkretów, www.olechowski.pl/wystapienie, 16.10.2000.
- Ossoliński J., rkps, Oddawanie Panny Usynówny P[anu] Berkowi, kapitanowi Króla J[ego]-m[ósci] przez J[ego]m[ósci] P[ana] Jerzego Ossolińskiego, podkanclerzego kor[onnego], rkps Biblioteki Ossolineum 1427 I, s. 527–532.
- Piłsudski J., 1934, Przemówienie na otwarciu sejmiku ustawodawczego (10 lutego 1919 r.), w: tegoż, Pisma wybrane, wybór i wstęp K. Kosiński, Warszawa.
- Piłsudski J., 1989, Przemówienie przy składaniu prochów Słowackiego do grobów wawelskich, w: tegoż, Myśli, mowy i rozkazy, wybór i wstęp B. Urbankowski, Warszawa.
- Radziwiłł A.S., rkps, Mowa Ks[ięcia] J[ego]m[ósci] Pana Kanclerza W[ielkiego] Ks[ięstwa] Lit[ewskiego] oddając Jej[óść] Pannę Chorążankę Koronną przy Szlubie, rkps Archiwum Radziwiłłów II, ks. 15, s. 284–288.
- Reagan R., 2004, Jesteśmy krajem jutra. 20 stycznia 1981 roku, w: tegoż, Moja wizja Ameryki, wybór i red. P. Toboła-Pertkiewicz, M.J. Chodakiewicz, Warszawa.
- Skarga P., 1984, Kazania sejmowe, oprac. J. Tazbir, przy współudziale M. Korolki, Wrocław.

Sobieski J., 1668, Tenże na pogrzebie JMP Bobole z Piaskow,
Podkomorzego Koronnego, w: J. Pisarski, Mówca polski, t. 1, Kalisz,
Druk. Coll. SJ, s. 43–45.

Noty o Autorach

Maria Barłowska, dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Jej zainteresowania naukowe obejmują piśmiennictwo epok dawnych, edytorstwo i retorykę. Opublikowała książki: Jerzy Ossoliński. Orator polskiego baroku (Katowice 2000), Jakub Sobieski pamięci wielkiego kawalera, Bartłomieja Nowodworskiego... (Szczecin 2006), Ossoliński, Moskorzowski, Sarbiewski – mowy pogrzebowe. Teksty w dialogu (Katowice 2008) oraz kilkadziesiąt artykułów, m.in. ukazujących nieznane, wydobyte z rękopisów teksty.

Monika Bogdanowska, dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Autorka książki Komentarz i komentowanie. Zagadnienia konstrukcji tekstu (Katowice 2003), współredaktorka tomów: Skala mikro w badaniach literackich (Katowice 2005) oraz Na boku. Pisarze teoretykami literatury (Katowice 2007). Artykuły poświęcone literaturze polskiej, teorii literatury oraz studiom nad dyskursem publikowała w tomach zbiorowych oraz czasopismach, m.in. w „Tekstach Drugich”, „Ruchu Literackim” oraz w „Sztuce i Filozofii”.

Agnieszka Budzyńska-Daca, dr, adiunkt w Instytucie Nauki o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Zajmuje się retoryką w dawnej kulturze i współczesnej komunikacji społecznej. Opublikowała książkę Cnoty i retoryka w dziele Sebastiana Petrycego z Pilzna (Katowice 2005). Współredagowała trzy tomy studiów poświęconych dawnej kulturze i literaturze. Opublikowała kilkanaście artykułów dotyczących zagadnień retoryki w literaturze m.in. w „Pamiętniku Literackim”, „Ruchu Literackim”, a także w pracach zbiorowych.

Elżbieta Dutka, dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Opublikowała książki: Ukraina w twórczości Włodzimierza Odojewskiego i Włodzimierza Paźniewskiego (Katowice 2000), Mnożenie siebie. O poezji Andrzeja Kuśniewicza (Katowice 2007), Okolice nie tylko geograficzne. O twórczości Andrzeja Kuśniewicza (Katowice 2008), a także artykuły na temat twórczości Józefa Łobodowskiego, Pawła Huellego, Andrzeja Stasiuka i innych. Zajmuje się literaturą wieku XX, a zwłaszcza prozą kresową.

Wacław Forajter, dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, tłumacz, krytyk. Laureat nagrody im. J.J. Lipskiego (2001). Opublikował książkę „Zły” Leopolda Tyrmanda jako literatura środka. Tekst i konteksty (Kraków 2007) oraz szereg artykułów w książkach zbiorowych i czasopismach naukowych. Współautor przekładu (wraz z Beatą Mytych-Forajter) książki François Sou-lagesa Estetyka fotografii. Strata i zysk (Kraków 2007).

Beata Gaj, dr, adiunkt w Katedrze Cywilizacji Śródziemnomorskiej Instytutu Historii Uniwersytetu Opolskiego. Wykładała także na Uniwersytecie Śląskim. Opublikowała książkę Tradycje retoryczne na dawnym Śląsku (XVI–XVIII wiek) (Katowice–Opole 2007) oraz kilkanaście artykułów w czasopismach naukowych. Tłumaczka prozy i poezji łacińskiej na język polski, tłumaczyła m.in. Mowy kościelne Fabiana Birkowskiego o św. Jacku wydane wraz z jej komentarzem filologicznym (Opole 2007). Nauczycielka języka łacińskiego (poprzednio także greckiego i polskiego) w liceum ogólnokształcącym. Opracowała i przez kilka lat realizowała w liceum program autorski „Kultura języka z retoryką”.

Anna Kucz, dr nauk humanistycznych w zakresie literaturoznawstwa. Adiunkt w Katedrze Filologii Klasycznej na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Członek Polskiego Towarzystwa Filologicznego. Prowadzi badania nad kulturą antyczną ze szczególnym uwzględnieniem literatury rzymskiej okresu cesarstwa i średniowiecza oraz nad tradycją antyczną w Europie. Autorka książki Dyskurs z Filozofią w „Consolatio

Philosophiae” Boecjusza (Katowice 2005) oraz kilkunastu artykułów w czasopismach naukowych.

Iwona Loewe, dr, adiunkt w Instytucie Języka Polskiego Uniwersytetu Śląskiego; opublikowała monografie pt. Konstrukcje analityczne w poezji Młodej Polski (Katowice 2000) oraz Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej (Katowice 2007), a także skrypt dla studentów kierunków filologicznych pt. Gra w gramatykę. Ćwiczenia i materiały do gramatyki opisowej języka polskiego (Katowice 2002). Zajmuje ją genologia lingwistyczna, teoria tekstu, analiza dyskursu, medioznawstwo i teoria komunikacji. Bliskie jej są zagadnienia dotyczące oblicza globalizacji i lokalności w języku oraz perswazyjności tekstów.

Beata Mytych-Forajter, dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej im. Ireneusza Opackiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, tłumaczka, krytyk literacki. Opublikowała książkę Poetyka i łowy. O idei dawnego polowania w literaturze polskiej XIX wieku (Katowice 2004) oraz szereg artykułów w książkach zbiorowych i czasopismach naukowych. Współautorka przekładu (wraz z Waławem Forajterem) książki François Soulagesa Estetyka fotografii. Strata i zysk (Kraków 2007).

Paweł Nowak, dr, adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej UMCS w Lublinie oraz w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie. Autor monografii: Opozycja SWÓJ – OBCY w językowym obrazie świata (Lublin 2002) oraz podręcznika Komunikowanie społeczne (CD ROM, Lublin–Łódź 2004). Współautor książki Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych (z R. Dybalską i D. Kępą-Figurą, Lublin 2004). Redaktor podręcznika O sztuce publicznego występowania i komunikacji społecznej (Warszawa 2007) oraz współredaktor Manipulacji w języku (z P. Krzyżanowskim, Lublin 2004) i Kreowania światów w języku mediów (z R. Tokarskim, Lublin 2007). Otrzymał w 2005 roku zespołowe wyróżnienie PAU i zespołową nagrodę Rektora UAM w Poznaniu za podręcznik Skarbiec języka, literatury, sztuki... (wraz z zespołem pod kierunkiem B. Chrzastowskiej). Autor kilkudziesięciu artykułów z zakresu komunikologii, semantyki i pragmatyki językowej.

Michał Rusinek, dr, adiunkt na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, członek Komisji Kultury Żywego Słowa Rady Języka Polskiego. Wykładał na uniwersytetach w Gandawie i Leuven. Opublikował między innymi książki: *Między retoryką a retorycznością* (Kraków 2003) oraz *Retoryka podręczna, czyli jak wnikliwie słuchać i przekonująco mówić* (współautorstwo z A. Załazińską, Kraków 2005) oraz kilkanaście artykułów w czasopismach naukowych. Autor cyklu programów telewizyjnych „Retoryka poranna czyli poradnik nie tylko językowy” (TVP1). Tłumacz literatury angielskiej na język polski.

Leszek Szewczyk, dr, prezbiter archidiecezji katowickiej, dyplomowany logopeda, adiunkt w Zakładzie Liturgiki i Homiletyki Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Pełni funkcję kierownika Podyplomowych Studiów Komunikacji Społecznej. Ważniejsze publikacje: *Recepcja liturgicznego wymiaru homilii. Studium homiletyczne w świetle przepowiadania kapłanów archidiecezji katowickiej w latach 1972–1999* (Katowice 2003); *Polska bibliografia homiletyczna 1945–2005* (red. z W. Przyczyną, Kraków 2007). Redaktor serii: „Pomoce kaznodziejskie archidiecezji katowickiej”.

Jacek Warchał, dr hab., dyrektor Instytutu Języka Polskiego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, autor książek: *Dialog potoczny a tekst* (Katowice 1991), *Kategoria potoczności w języku* (Katowice 2003), a także kilkudziesięciu artykułów naukowych obejmujących zagadnienia socjolingwistyki, języka środków masowego przekazu, stylistyki, teorii komunikacji społecznej i teoretycznych zagadnień manipulacji językowej. Prowadzi zajęcia i wykłady na kilku uczelniach w Polsce z zakresu językoznawstwa współczesnego i teorii komunikacji perswazyjnej. Od 1993 roku współpracował z agencjami reklamowymi i public relations. W latach 2000/2002 był konsultantem Banku Światowego ds. edukacji, reklamy i public relations w ramach rządowego projektu „Rzeczpospolita Polska – Projekt Usuwania Skutków Powodzi”. Jest współautorem podręcznika pt. *Budowanie public relations* (Warszawa 2001), opracowanego na zlecenie Biura Koordynacji Projektu Banku Światowego.

Piotr Wilczek, prof. dr hab., profesor zwyczajny w Instytucie Badań Interdyscyplinarnych „Artes Liberales” Uniwersytetu Warszawskiego. Pracował przez ponad 20 lat na Uniwersytecie Śląskim, był też profesorem wizytującym na kilku uczelniach zagranicznych (m.in. Rice University i University of Chicago), wykłady gościnne wygłaszał m.in. w Harvard University i University of Texas at Austin. Był stypendystą uniwersytetów brytyjskich (w Londynie, Oxfordzie i Norwich). Autor ponad 100 publikacji z zakresu literatury epok dawnych, przekładu artystycznego i współczesnej literatury polskiej, w tym 9 książek, m.in. (Mis)translation and (Mis)interpretation: Polish Literature in the Context of Cross-Cultural Communication (Frankfurt am Main 2005) oraz Polonice et Latine. Studia o literaturze staropolskiej (Katowice 2007). Wydawca Pism poetyckich Erazma Otwinowskiego (Warszawa 1999) i angielsko--polskiej edycji Trenów Jana Kochanowskiego (Oxford 2001). Członek Komitetu Nauk o Literaturze PAN.

Maria Załęska, dr, adiunkt w Katedrze Italianistyki Uniwersytetu Warszawskiego, stypendia naukowe na Università di Roma „La Sapienza” oraz w Scuola Normale Superiore w Pizie, stypendystka Fundacji A. Mellona na Sorbonie w Paryżu (2005, 2006, 2008), członek redakcji „Forum Artis Rhetoricae”, od 2008 roku przewodnicząca Polskiego Towarzystwa Retorycznego. Autorka kilkudziesięciu artykułów na temat językoznawstwa, relacji między retoryką a lingwistyką oraz retoryki dyskursu naukowego.