



FORUM ARTIS RHETORICAE

Retoryka i przemiany kultury

Rhetoric and cultural transformations

SPIS TREŚCI

- 7 ***Rhetorica docens: wspomnienia studentów z okazji jubileuszu Profesora Jakuba Z. Lichańskiego***
Rhetorica docens: memories of the students on the jubilee of Professor Jakub Z. Lichański
- 15 **Wyzwania współczesnej kultury wobec retoryki – wielogłos**
The challenges of contemporary culture towards rhetoric – polyphony
Maria Barłowska, Iwona Bartoszewicz, Barbara Bogołębska, Leszek Drong, Wiesław Godzic, Jolanta Jabłońska-Bonca, Jakub Z. Lichański, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Cyprian Mielczarski, Piotr Nehring, Antoni Smuszkiewicz
- 39 ***Larva rhetorica, czyli o przemianach roli retoryki w kulturze siedemnastowiecznego Śląska***
Larva rhetorica: changes in the role of rhetoric in the culture of seventeenth-century Silesia
Beata Gaj
- 47 **Panegiryzm na sesji rady miejskiej: laudacja dla honorowego obywatela**
Panegyrisism during the city council meeting: a laudation for the honorary citizen
Michał Czerenkiewicz

- 61 **Przeszłość jako konstrukt kulturowy. Obrazy rewolucji i komunizmu w służbie perswazji**
The past as a cultural construct. Images of a revolution and communism in the service of persuasion
Oliwia Tarasewicz-Gryt
- 79 **Powrót do przeszłości – chwyt retoryczny w retrokryminałach Marcina Wrońskiego**
Return to the past – rhetorical devices in Marcin Wroński's retro crime novels
Elżbieta Pawlak-Hejno
- 99 **Wykorzystanie tradycyjnej symboliki we współczesnej kulturze arabskiej**
Contemporary use of traditional symbolism in Arab culture
Marcin Styszyński
- 113 ***Monstrum horrendum, informe, ingens, cui lumen ademptum...*?**
Retoryka jako wyzwanie rzucone literaturoznawstwu.
Szkic warsztatowy
Monstrum horrendum, informe, ingens, cui lumen ademptum... ?
Rhetoric as a challenge for literary studies
Bartłomiej Starnawski
- 137 **Debaty konkursowe i telewizyjne debaty przedwyborcze – problemy *dispositio* w dwóch realizacjach gatunkowych**
Competition debates and pre-election TV debates – dispositio problems in two forms of a debate genre
Agnieszka Budzyńska-Daca
- 155 **RECENZJA: Mirosław Korolko, Podręcznik retoryki kaznodziejskiej. Oprac. Ks. G. Jaśkiewicz. WAM. Kraków 2010.**
REVIEW: Mirosław Korolko, Podręcznik retoryki kaznodziejskiej. Oprac. Ks. G. Jaśkiewicz. WAM. Kraków 2010.
Barbara Bogolębska

RETORYKA I PRZEMIANY KULTURY

Rozważania na temat wzajemnych relacji między retoryką a przemianami kultury rozpoczyna seria uwag i prognoz formułowanych przez przedstawicieli różnych środowisk naukowych: filologicznych, literaturoznawczych, prawniczych, medioznawczych. Maria Barłowska, Iwona Bartoszewicz, Barbara Bogołębska, Leszek Drong, Wiesław Godzic, Jolanta Jabłońska-Bonca, Jakub Z. Lichański, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Cyprian Mielczarski, Piotr Nehring i Antoni Smuszkiewicz odpowiadają na pytanie, jakie wyzwania stawia przed retoryką kultura współczesna. Nowe przestrzenie i formy działań retorycznych, wzrost znaczenia kultury popularnej, dominacja tekstów zapośredniczonych medialnie, wpływ nowych mediów na określenie etosu nadawcy, problem retorycznej kompetencji odbiorców, aktualność wzorca aksjologicznego oferowanego przez klasyczną retorykę – to tylko kilka z poruszonych kwestii.

Dalsze artykuły koncentrują się na analizie zjawisk, które są przywołaniem bądź kontynuacją postaw czy rozwiązań funkcjonujących w epokach wcześniejszych. Dawne motywy i style pojawiają się w kulturze współczesnej zarówno jako historyczny kostium służący uatrakcyjnieniu przekazu, jak i kod odwołujący się do wspólnej tożsamości i pozwalający formułować perswazyjne komunikaty kierowane do określonej grupy.

W studium „*Larva rhetorica*”, czyli o przemianach roli retoryki w kulturze siedemnastowiecznego Śląska” Beata Gaj pokazuje, jak bardzo świadomi przemian w retoryce byli śląscy autorzy XVII wieku, zwracający uwagę, że dotychczasowa spuścizna retoryczna stwarza możliwość innowacji, retoryka jest bowiem narzędziem, pozwalającym wykrywać i ujawniać nowe zjawiska zmieniającego się świata.

Zmiany kulturowe prowadzą nieuchronnie do przekształceń w obrębie poszczególnych gatunków. Temu zagadnieniu poświęcony jest artykuł Michała Czerenkiwicza „Panegiryzm na sesji rady miejskiej: laudacja dla honorowego obywatela”. Autor na wybranym przykładzie pokazuje, czym współczesna mowa pochwalna różni się od podobnych wypowiedzi w epokach wcześniejszych.

O sposobach wykorzystania i reinterpretacji motywów historycznych w przekazie reklamowym pisze Oliwia Tarasewicz-Gryt w artykule „Przeszłość jako konstrukt kulturowy. Obrazy rewolucji i komunizmu w służbie perswazji”. Metaforyczne obrazy rewolucji pozwalające na dużą dowolność skojarzeń są rekwizytem,

po który chętnie sięgają autorzy reklam.

Nieco inny cel instrumentalnego wykorzystania przeszłości we współczesnej kulturze popularnej pokazuje Elżbieta Pawlak-Hejno w tekście „Kryminalny powrót do przeszłości – zabiegi retoryczne w retroopowieściach Marcina Wrońskiego”. Opis dwudziestolecia międzywojennego okazuje się z jednej strony atrakcyjnym dla czytelników tłem literackim, z drugiej strony zaś jest narzędziem służącym autorowi do budowania swojej wiarygodności.

Marcin Styszyński w szkicu „Współczesne wykorzystanie tradycyjnej symboliki w kulturze arabskiej” opisuje wybrane przykłady symboli wyrosłych w kulturze arabskiej, pokazując ich żywotność w takich sytuacjach retorycznych jak polemika polityczna czy oferta handlowa.

W artykule „*Monstrum horrendum, informe, ingens, cui lumen ademptum...*?” Retoryka jako wyzwanie rzucone literaturoznawstwu. Szkic warsztatowy” Bartłomiej Starnawski podejmuje namysł nad wzajemnymi relacjami między retoryką a rozwojem literatury, dowodząc, że u podstaw tworzenia tekstów literackich znajduje się akt retoryczny.

Jedną z form wypowiedzi retorycznych budzących dziś wiele emocji i kontrowersji są debaty wyborcze. Agnieszka Budzyńska-Daca w tekście „Debaty konkursowe i telewizyjne debaty przedwyborcze – problemy *dispositio* w dwóch realizacjach gatunkowych” przedstawia uwarunkowania związane z przyjętym formatem i uporządkowaniem argumentacji, które decydują o ocenie i efektach konkretnych debat.

Wartością retoryki zawsze była uniwersalność jej zasad. Ich efektywność ukazuje się wyraźnie w momentach zmian, kiedy skuteczność uzależniona jest od szybkości podejmowanych wyborów. Najtrafniejsze zaś bywają te, które wynikają z wnikliwej analizy rzeczywistości.

Jakub Z. Lichański
redaktor naczelny

Agnieszka Kampka
redaktor tomu

RHETORIC AND CULTURAL TRANSFORMATIONS

A reflection on the relationship between rhetoric and cultural transformations begins with a series of observations and predictions formulated by the representatives of different academic backgrounds: philological, literary, legal and media studies. Maria Barłowska, Iwona Bartoszewicz, Barbara Bogołębska, Leszek Drong, Wiesław Godzic, Jolanta Jabłońska-Bonca, Jakub Z. Lichański, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Cyprian Mielczarski, Piotr Nehring and Antoni Smuszkiewicz answer the question about the challenges faced by rhetoric in contemporary culture. New spaces and forms of rhetorical action, the rise of popular culture, the dominance of mediated texts, the impact of new media to describe the ethos of the author, the problem of the rhetorical competence of the audience, the relevance of an axiological model offered by classical rhetoric - these are just some of the issues raised in the introduction.

Further articles focus on the analysis of phenomena that are being invoked, or form a continuation of the attitudes and solutions operating in earlier eras. The old themes and styles appear in contemporary culture, both as a historical costume which makes communication more attractive and a code referring to a common identity which allows us to formulate persuasive messages aimed at a specific group.

In the study "*Larva rhetorica*: changes in the role of rhetoric in the culture of seventeenth-century Silesia" Beata Gaj shows how well aware of the changes in rhetoric were the authors of the seventeenth century Silesia. What they noticed was the fact that the existing legacy of rhetoric creates the possibility of innovation since rhetoric is the tool for detecting and revealing the new phenomena of the changing world.

Cultural changes inevitably lead to transformations within particular genres. This is the topic of the article "Panegyrisms during the city council meeting: a laudation for the honorary citizen" by Michał Czerenkiewicz. A contemporary panegyric serves as an illustration of alterations which the genre has undergone throughout the centuries.

The methods of application and reinterpretation of historical themes in advertising is the subject of the analysis by Oliwia Tarasiewicz-Gryta in her article "The past as a cultural construct. Images of a revolution and communism in the service of persuasion." The author explains why the metaphorical images of a revolution,

which allow for a great freedom of associations, are so popular with the creators of contemporary advertisements.

A slightly different objective of the instrumental use of the past in contemporary popular culture is presented by Elżbieta Pawlak-Hejno in her text "Return to the past – rhetorical devices in Marcin Wroński's retro crime novels." The author demonstrates that the description of the interwar period appears to be both an attractive literary background and a tool for building author's credibility.

Marcin Styszyński in his essay "Contemporary use of traditional symbolism in Arab culture" describes some examples of symbols which stem from the Arab culture and are still applied in such rhetorical situations as political polemics or commercial offers.

In the sketch "*Monstrum horrendum, informe, ingens, cui lumen ademptum...*? Rhetoric as a challenge for literary studies" Bartłomiej Starnawski reflects upon the mutual relations between rhetoric and the development of literature, arguing that the basis for the creation of literary texts lies in a rhetorical act.

One of the rhetorical forms of expression which incites emotions and controversy is the electoral debate. Agnieszka Budzyńska-Daca in her text "Competition debates and pre-election TV debates - *dispositio* problems in two forms of a debate genre" presents the conditions related to both the adopted format and the order of arguments which determine the outcome and the assessment of specific debates.

The value of rhetoric has always resided in the universality of its principles. Their usefulness appears the most visible in the times of change, when the effectiveness depends on the skill of making the right choices. The most accurate are those rules which result from a careful analysis of the surrounding reality.

Jakub Z. Lichański
Editor-in-chief

Agnieszka Kampka
Volume Editor

RHETORICA DOCENS: WSPOMNIENIA STUDENTÓW Z OKAZJI JUBILEUSZU PROFESORA JAKUBA Z. LICHAŃSKIEGO

Rhetorica docens: memories of the students
on the jubilee of Professor Jakub Z. Lichański



Na opowieść o ludzkiej pasji, która tworzy i zmienia świat składają się różnorodne historie. Jedną z nich opowiada o powstaniu Polskiego Towarzystwa Retorycznego, a następnie „Forum Artis Rhetoricae”. *Spiritus movens* obu przedsięwzięć naukowych jest profesor Jakub Z. Lichański, obchodzący właśnie jubileusz 65. rocznicy urodzin.

Profesor Jakub Z. Lichański jest kierownikiem Zakładu Retoryki i Mediów w Instytucie Polonistyki Stosowanej na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Kieruje badaniami z zakresu teorii i historii retoryki w Polsce. Główne obszary Jego zainteresowań badawczych obejmują retoryczną krytykę mediów, związki nowych mediów z literaturą i kulturą popularną.

Kilkaset artykułów, studiów i recenzji poświęconych tym zagadnieniom to niewątpliwie dowód na to, że retoryka jest prawdziwą naukową pasją Profesora. Bardzo ważną dla Profesora dziedziną jest także dydaktyka uniwersytecka. Prowadzi wykłady i seminaria poświęcone krytyce mediów, retoryce i badaniom literackim. Znany jest jako znakomity wykładowca, który potrafi zafascynować retoryką kolejne pokolenia studentów. Oddajmy im głos:

„O Panu Profesorze chcę opowiedzieć bardzo osobiście i bez pompatyczności. Z dwóch powodów: 1.) od dzieciństwa zapomniałam, jaka jest stylistyka laurek; 2.) wyobrażam sobie, jak bardzo Mój Ulubiony Profesor krzywiłby się na pompatyczności. Ulubionego Profesora znam lat trzynaście, czyli tuzin i rok, czyli ja też mam taką oto całkiem nieokrągłą rocznicę znajomości z Profesorem. Tuziny, asumpty, rycerze i w ogóle umiłowanie dawności – to nabyłam od Profesora. Takie moje dziedzictwo narodowe. A ponieważ tego dziedzictwa zebrałam sporo, chcę opowiedzieć o trzech błyskotliwych, czarujących wprost zdolnościach Profesora, który niczym pan Kleks otwierał głowy i nalewał do nich oleju.

Pierwszą jest umiejętność stawiania pytań i prowokowania do tego swoich słuchaczy. Kwestie oczywiste przestawały być oczywiste, pojawiały się drugie, trzecie i dziesiąte dna, jak w zaczarowanym kufrze. Słowa znaczyły coś więcej, struktury odsyłały do znaczeń, a symbole wypływały na powierzchnię. Eposy, przypowieści, mity, mowy i kazania odzyskiwały zasuszone życie.

Drugą wielką zdolnością Profesora jest dostrzeganie w utworze takich scen czy zdań, których poza Nim nikt nie dostrzegał, a które stawały się nowymi kluczami do lektury i tematami na traktaty moralne, jak to zdanie: »Jeśli ci brak królestwa, to je sobie wywalcz«. To zresztą było nieopisanie piękne, że Profesor, wykładając o Pani Retoryce, nie zapominał mówić o etyce. Pokazywał słowo w przestrzeni publicznej jako potężną broń, która musi być używana nader rozważnie, ze świadomością skutków rażenia i uwodzenia.

Trzeci talent Profesora to smakowanie literatury. Smakowanie przez zapachy potraw, jakie pojawiają się na kartach książki (odbyliśmy swego czasu imponującą dysputę o tym, jakie to ciasto Tatuś Muminka umoczył w śmietance), i przez

wykorzystywanie potencjału literatury mniej poważanej, właśnie takiej jak wszelkie Muminki i Puchatki. Profesor jest zresztą wybitnym smakoszem. Zdradzę, jak wyjaśnił fakt, że w Narni (protestuję przeciw pisowni przez dwa -i) były zwierzęta mówiące i nieme: »To proste – nieme wolno było zjeść, a miło jest coś wrzucić na ruszt!«. Sto lat, Panie Profesorze!”

(Agnieszka Kruszyńska)

„Profesor Jakub Z. Lichański w znaczący sposób przyczynia się do przybliżania polskiej scenie naukowej zagadnień współczesnej retoryki. Dzięki pracy Profesora mamy dostęp do nowych, niezwykle przydatnych, metod badania literatury. Jednak równie ważna, a może nawet ważniejsza, jest działalność akademicka Profesora: mam tu na myśli przede wszystkich prowadzone przez niego zajęcia z zakresu retoryki, na których można poznać nie tylko teorię, ale też praktyczne jej zastosowania. Są one, moim zdaniem, niezwykle cennym składnikiem programu studiów polonistycznych Wydziału Polonistyki UW. Dostarczają możliwości wyjścia poza dotychczasowe schematy myślenia o literaturze, a dzięki otwartemu podejściu Profesora i jego zaangażowaniu, pozwalają również twórczo rozwinąć własną drogę naukową. Jako studentka miałam ogromne szczęście trafić na te zajęcia – rozbudziły we mnie ciekawość badawczą, a także nauczyły niezależności myślenia i nowego podejścia do badań literackich. To właśnie dzięki temu zdecydowałam się na dalsze naukowe studia i pisanie doktoratu; bez świata krytyki retorycznej, który otworzył przede mną – i przed innymi studentami – Profesor Lichański, nie byłoby to możliwe”

(Kinga Dobrowolska)

„Nazwisko, a i sposób pisania Profesora (dla mnie zawsze był i jest właśnie Profesorem, z dużej litery), poznałam dzięki książce. Konkretnie zbiorowi tekstów poświęconych J.R.R. Tolkienowi pod redakcją Jakuba Z. Lichańskiego. Samo nazwisko Profesora było zresztą i jest znane wśród wielbicieli utworów Tolkiena – był to bowiem (i jest) jedyny chyba teoretyk literatury zajmujący się w Polsce twórczością autora *Hobbita* i *Władcy Pierścieni*. Wszystko to zdecydowało, że jako studentka drugiego roku Polonistyki, zapisałam się na seminarium właśnie do Profesora Lichańskiego. Pamiętam własne zaskoczenie, miłe zaskoczenie, widokiem niewysokiego pana, który przypominał mi angielskiego dżentelmena i kojarzył się bardziej z Oksfordem, czy raczej obiegowym wyobrażeniem Oksfordu niż z warszawską uczelnią. U niego też zdawałam egzamin, który wspominam jako pierwszy z najmielszych egzaminów na swoim wydziale. Była to po prostu rozmowa – najzabawniejsze, że już nie pamiętam nawet o jakich konkretnie teoriach – nie odpytywanie

ze znajomości tego a tego kierunku, tego a tego teoretyka, ale właśnie pogadanki, do których brakowało mi tylko wnętrza kawiarni, filiżanki kawy, bo takie dysputy powinny obowiązkowo, wedle zwyczaju odbywać się w kawiarni nawiedzanej przez bohemę artystyczną bądź naukowych zapaleńców. Potem parę razy natrafiłam na Profesora na krakowskich konwentach (spotkaniach miłośników literatury sf i fantasy), aż w końcu postanowiłam pisać pracę magisterską o roli słowa w twórczości J.R.R. Tolkiena i nie miałam wątpliwości, do kogo pójść na seminarium magisterskie. Był to czas, kiedy tworzyło się Towarzystwo Retoryczne, będące niejako naturalną kontynuacją spotkań z byłymi i obecnymi studentami Profesora.

Podczas obrony pracy magisterskiej, na której miałam straszliwą treść, Profesor podprowadzał mnie zgrabnie pytaniami na właściwą odpowiedź, a sam egzamin także przybrał formę dyskursu.

Po obronie pracy chodziłam dalej na seminaria i wykłady Profesora. Nie tylko, żeby się czegoś dowiedzieć, ale i posłuchać samego mówcy. Kiedy na ekrany weszła adaptacja *Władcy Pierścieni*, Profesor urządził cykl spotkań poświęconych dyskusji nad wszystkimi trzema filmami. Odbywały się one w zakładzie teorii literatury i poetyki, małej salce nr 17 (nie było wtedy jeszcze otwartego czwartego piętra, a PTR nie miało swojej pracowni, tak jak teraz); jakimś cudem mieściło się tam całkiem sporo ludzi. Z dużą przyjemnością słuchałam wtedy Profesora. Jest mistrzem słowa, a zwłaszcza błyskotliwego dyskursu, widać po jego sposobie prowadzenia wykładów, ale nawet i w zwyczajnej rozmowie, że to właśnie retoryka jest jego ulubioną nauką. Osób pięknie mówiących spotkałam w życiu całkiem sporo, ale przemawiających z podobną erudycją i tak kunsztownie łączących akademicki wywód z dygresjami i żywym, czasem żartobliwym, potocznym stylem – nigdy. Jest to rzecz, którą niezmiennie u Profesora podziwiam – operowanie językiem w sposób godny antycznego retora i głęboką wiedzę. I zdecydowanie dwa są miejsca, w których go widzę oczami wyobraźni: ateńska Agora (lub Forum Romanum) albo stare budynki któregoś z oksfordzkich kolegów.”

(Karolina Stopa-Olszańska)

„Zajęcia z poetyki, pierwszy rok studiów na polonistyce UW. Niektórzy zastanawiają się, jaki będzie wykładowca. Tytuł profesora sprawia, że większość niedawnych absolwentów liceów czuje się nieco onieśmielona. Ponieważ nie jestem studentką polonistyki i nie wpisano mnie do żadnej grupy dziekańskiej, nie martwię się – mówię sobie, że spróbuję dostać się na inne zajęcia, gdyby tu okazało się być wyjątkowo fatalnie. Tymczasem nadchodzi godzina rozpoczęcia ćwiczeń

i po chwili do sali wchodzi profesor Jakub Lichański. Bystre spojrzenie, lekko ironiczny uśmiech, szybkie powitanie i podanie listy lektur, niektóre pozycje są – co wywołuje szok – obcojęzyczne, i to w mało popularnych językach, jak szwedzki czy litewski. Zastanawiam się – i nie tylko ja – czy nie wyjść, ale wtedy profesor mówi, że na jego zajęciach nie będziemy się nudzić, o ile nie będziemy bali się myśleć. Lubię wyzwania, zostaję.

W następnym roku na zajęcia z teorii literatury zapisuję się już zupełnie świadomie do grupy profesora Lichańskiego. Poetyka okazała się być bardzo interesującym przedmiotem, a egzamin to właściwie dyskusja o tym, jak rozumiem podstawowe kategorie literaturoznawcze: dyskusja, w której egzaminator słucha życzliwie, niemal partnersko, jeśli tylko ktoś próbuje wyjść poza schematy wyuczonych podręcznikowych formuł. Teoria literatury w ujęciu Lichańskiego to pasjonująca przygoda badawcza, szczególnie wtedy, kiedy profesor mówi o tym, co pasjonuje go najbardziej: o retorycznej analizie tekstu. Jej opis i przykłady brzmią niezmiernie ciekawie, zaczynam więc czytać na ten temat, zaglądam do źródeł, sprawdzam – na ile pozwala mi moja znajomość języków antycznych – znaczenia pojęć u Arystotelesa czy w *Retoryce do Herenniusza*, odkrywam pojęcie Nowej Retoryki i sięgam po *L'Empire rhétorique* Perelmana; przez ten tekst opornie, ale z neoficką gorliwością przedzieram się ze słownikiem, coraz lepiej wiem, ilu rzeczy nie wiem. Przychodzę zatem na dyżury profesora, rozmawiam, przedstawiam wątpliwości, omawiam lektury, słucham wskazówek, spotykam się z autentyczną sympatią i chęcią pomocy. Rok później wypełniam deklarację członkowską Polskiego Towarzystwa Retorycznego i rozpoczynam fascynujący etap mojego życia naukowego, który trwa do dziś. Bo nadal lubię wyzwania, i choć nie nauczyłam się ani szwedzkiego, ani litewskiego, a ilość kwestii, których nie znam, wydaje się nieustannie wzrastać – wiem, że byłabym o wiele uboższa bez rozmów, dyskusji czy sporów z profesorem Jakubem Lichańskim...”

(Dorota Oleszczak)

Zafascynowanie retoryką owocuje także potrzebą jej propagowania. Jednym z narzędzi służących temu stało się Polskie Towarzystwo Retoryczne. Początki tej inicjatywy tak wspomina Jacek Chrobak: „Byliśmy grupą studentów (niektórzy z nas już nieco podstarzali – myślę oczywiście o sobie), skupioną wokół proseminarium i seminarium magisterskiego doktora habilitowanego Jakuba Lichańskiego. Był uroczy początek roku akademickiego 1998/1999, kiedy na jednym ze spotkań seminaryjnych, Jakub Lichański – zwany przez nas Mistrzuniem lub Mistrzem (tak,

Panie Profesorze, po latach mogę o tym napisać...) rzucił jakby od niechcenia, po raz kolejny zresztą, że zajmuje się także retoryką. Niektórzy z nas wiedzieli o tym wcześniej, albowiem mieli przyjemność uczęszczać na zajęcia z poetyki prowadzone przez, wtedy jeszcze doktora, a obecnie już Profesora Jakuba Lichańskiego.

Jako młodzi wówczas ludzie, pełni zapału, z głowami pełnymi pomysłów, dysponujący, jak większość studentów, chwilą wolnego czasu zaczęliśmy spotykać się po zajęciach. Początkowo nasze spotkania zaczęły się od... przedłużania zajęć pro-seminarium i seminarium. »Miłe złego początki« – spotkania przedłużały się najpierw o piętnaście, dwadzieścia minut, pół godziny...

Wreszcie dojrzeliliśmy do tego, że powinniśmy zacząć spotykać się poza Uniwersytetem, stworzyć coś na kształt »domowego kółka samokształceniowego«. Początkowo miejscem naszych spotkań były prywatne mieszkania rodziców naszych kolegów i koleżanek z Warszawy, a także mieszkanie Profesora. Do dziś nie wiem, jak nasza koleżanka Dagna urabiała swoich rodziców, że mogliśmy gościć w ich mieszkaniu, ale robiła to skutecznie i kilka takich spotkań skończyło się, delikatnie mówiąc, bardzo późnym wieczorem.

Dyskutowaliśmy o wszystkim: o rosyjskim samizdacie, o Solżenicynie, o trollach i ich wpływie na życie ludzi, twórczości Hermana Brocha, ukochanym Tolkienie Profesora, o gwiazdnych wojnach, o Pawlikowskiej-Jasnorzewskiej, o literaturze dla dzieci i młodzieży, o Sigrid Undset, o... wszystkim, co wiązało się z literaturą, o czym chcielibyśmy pisać nasze prace magisterskie i doktorskie. Bywały też wspólne wyjścia do kina – razem z Profesorem, w ramach oczywiście spotkań seminaryjnych.

Były spotkania spokojne, wesołe, ale bywało i tak, że często paliły nam się głowy i wtedy Profesor lał oliwę na wzburzone fale. Dlaczego to robiliśmy? Bo zwyczajnie byliśmy młodzi, głodni wiedzy, dyskusji, łapaliśmy życie studenckie w najlepszym wydaniu. Rzucaliśmy się na rozmowy, analizy literackie z chęcią, radością i humorem. Byliśmy zwyczajnie sobą – studentami Profesora Jakuba Lichańskiego.

Na jednym z takich spotkań Profesor zdradził nam swój sekret i powiedział, że ma pewien pomysł na... stowarzyszenie, którego celem byłoby badanie związków retoryki i literatury popularnej. Zaskoczył nas i zainteresował. Podjęliśmy temat czysto teoretycznie, ale sprawa zapadła nam głęboko w serca i umysł.

Zamysł Profesora był jasny od samego początku, to miało być stowarzyszenie badające związki przeszłości z teraźniejszością, w którym zadebiutują naukowo wychowankowie i uczniowie Profesora. To miało być stowarzyszenie, w którym będzie prowadzona żywa wymiana myśli.

Na naszych spotkaniach zaczęliśmy omawiać statut oraz to, co chcielibyśmy robić w Stowarzyszeniu. Zaczęliśmy, ściągając z Internetu, pisać statut, zatrudnialiśmy przy tym za przysłowiowe »dziękuję« naszych przyjaciół prawników. Przedzieraaliśmy się przez dziewiczy dla nas gąszcz prawSa o stowarzyszeniach. Po tygodniach pracy zobaczyliśmy, że choć droga jeszcze daleka przed nami, to jest już jakiś kształt towarzystwa. Zawiązuje się grupa osób, które będą w komitecie założycielskim.

Po kilku miesiącach złożyliśmy pierwszy wniosek do sądu o zarejestrowanie Polskiego Towarzystwa Retorycznego. Czekamy długi miesiąc i... składamy wniosek ponownie. Była to dla nas prawdziwa lekcja pokory. Czekamy kolejne miesiące i już powoli tracimy nadzieję na zarejestrowanie nas. Wtedy nadszedł jednak ten dzień, kiedy Profesor informuje nas, że 1 kwietnia 2000 sąd »na niejawnym posiedzeniu sąd postanawia zarejestrować PTR«! Początkowo myśleliśmy, że to jeszcze jeden żart Profesora, żebyśmy nie tracili nadziei, ale nie, to była prawda. Polskie Towarzystwo Retoryczne zaczęło istnieć, świat zawirował nam przed oczami. Dopiero teraz zaczęła się praca nad zwołaniem zebrania założycielskiego, na którym zostaną wybrane władze PTR.

Założycielskie zebranie Polskiego Towarzystwa Retorycznego odbyło się w Warszawie w lipcu 2000 roku. Wtedy wybrano pierwsze władze Towarzystwa, a przewodniczącym został Profesor Jakub Lichański”.

Polskie Towarzystwo Retoryczne wyrosło z pasji i fascynacji retoryką. Fascynacji, która pozwala zarażać wciąż nowe osoby entuzjazmem dla sztuki perswazji. „Mówię: Retoryka. Myślę: Profesor Lichański. Być może brzmi to patetycznie, ale kiedy patrzę z perspektywy czasu na moją kilkuletnią przygodę z retoryką, w pamięci rysuje się ten jeden wysłany za namową Profesora Ornatowskiego list, a zaraz po nim pierwsze spotkanie z Profesorem Lichańskim w 2005 roku podczas konferencji PTR w Warszawie. To wystarczyło, aby nieznana nikomu doktorantka z Lublina, dla której klasykiem był dotąd Szekspir, a nie Arystoteles, podjęła wyzwanie i zajęła się sztuką, która bardzo ją fascynowała, lecz sama jej nazwa na »r« budziła w niej respekt – jak wszystko, co jest nieznane. Od tego spotkania wszystko się zaczęło – Profesor z prawdziwym i życzliwym zainteresowaniem przyjął mnie do grona warszawskich miłośników retoryki, za co jestem, Panie Profesorze, ogromnie wdzięczna. Czasem jeden drobny lecz przychylny gest potrafi otworzyć drogę ku nowym horyzontom i ukształtować na lata wrażliwość młodego człowieka. Nie wystarczy bowiem być wybitnym uczonym – ważne jest jakim się jest człowiekiem”.

(Anna Bendrat)

Jedna z zasad, które od wieków przyswajają sobie adepci retoryki brzmi: „ten tylko może zapalić innych, kto sam płonie”. Powstanie Polskiego Towarzystwa Retorycznego jest dowodem na to, jak żywą pasją jest dla Profesora Jakuba Z. Lichańskiego retoryka.

Nakładem Wydawnictwa DiG ukazuje się książka dedykowana Profesorowi Lichańskiemu po tytulem *Rhetorica Regina Artis Scientiaeque*, która – jak rekomenduje Elżbieta Wichrowska – „opisuje świat retorycznych i oratorskich poszukiwań w sposób przyciągający uwagę, zapoznający z tendencjami badań nad retoryką, a jednocześnie inspirujący do własnych, jeśli nie badań, to refleksji nad światem, tekstem, przestrzenią zdominowaną przez »retoryczne strategie« szeroko rozumianych wypowiedzi. (...) Ukazanie się tej książki jest istotne również z szeroko rozumianych powodów społecznych. Retoryka bowiem odgrywa we współczesnym świecie bardzo ważną rolę, często jednak brakuje wiedzy i narzędzi, »technik wnikliwego słuchania i przekonującego mówienia« osobom funkcjonującym w świecie mediów, polityki a także kultury”. Książka przedstawia też liczący kilkaset pozycji dorobek naukowy Jubilata.

Monografia ta świadczy o rosnącym zainteresowaniu retoryką jako przestrzenią badań. Jedną z pasji Profesora Lichańskiego jest także dokumentowanie naukowych publikacji poświęconych retoryce. Nie ulega wątpliwości, że działalność Profesora przyczynia się do tego, że bibliografia ta staje się coraz obszerniejsza, a krąg badaczy retoryki wciąż się powiększa.

Zarząd PTR

WYZWANIA KULTURY WSPÓŁCZESNEJ A RETORYKA

The challenges of contemporary culture towards rhetoric
– polyphony

Zastanawiając się nad wzajemnymi relacjami między retoryką i zmianami kulturowymi, warto podjąć namysł nad nowymi warunkami społecznymi i kulturowymi, w jakich funkcjonuje retoryka dzisiaj. Diagnozę na temat wyzwań stojących obecnie przed praktyką i teorią retoryczną stawiają uczeni reprezentujący różne dyscypliny i środowiska naukowe. Jakie zmiany w praktyce i teorii retorycznej wywołuje współczesna kultura? Na to pytanie odpowiadają historycy literatury, filologowie, prawnicy i medioznawcy.

Maria Barłowska

Zakład Historii Literatury Baroku i Dawnej Książki

Uniwersytet Śląski

Retoryka przez stulecia kształtowała oblicze europejskiej kultury, paradoksalnie więc brzmi przypomniane przez Waltera Onga stwierdzenie C.S Lewisa, że „retoryka stanowi największą barierę między nami a naszymi przodkami”. Sytuacja retoryki się zmieniła i może właśnie spojrzenie z perspektywy dawnej kultury wyostreza obraz, pozwala wyraźniej uchwycić różnice.

Doznaniem bliskim każdemu czytelnikowi poddanej retorycznej organizacji literatury dawnej jest dojmujące poczucie odmiennego rytmu jej czasowości. Nurt tekstu płynie szeroko i powoli, a jego charakter współtworzy dążąca do pełni, obfitości amplifikacja. Tekst czy oracja potrzebuje czasu na realizację, wymaga zatrzymania się i zakorzenienia w przeszłości, co odzwierciedlają ówczesne modele lektury. Truizmem jest stwierdzenie, że dzisiejszy świat pędzi, a wraz z nim w jakimś nieustannym biegu pozostaje współczesna kultura. Jak mówił niedawno podczas Europejskiego Kongresu Kultury Zygmunt Bauman: „Jeśli istnieje coś, wobec czego

dzisiejsza kultura pełni funkcję homeostatu, to jest to nie konserwacja stanu aktualnego, lecz przemożny pęd do nieustającej zmiany...”. Czas w biegu, czas złudnie multiplikowany przez fragmentaryczne i simultaniczne przekazy medialne udziela się też współczesnej retoryce. Można powiedzieć najogólniej, że wpisane we współczesną kulturę odmienne doznanie czasu osłabia w retoryce tradycyjne obszary stabilności, wzmacniając kategorie fragmentaryczności, jednostkowości, nowości.

Ostateczną instancją, zawsze pewnym odwołaniem dla retora była wspólnota świata łącząca go z audytorium. Przez wieki wyrazem jej stabilnego centrum stała się tradycja humanistyczna, ufundowana na chrześcijaństwie i dziedzictwie antyku, stanowiąca więc pewny zasób inwencyjny w każdej sytuacji retorycznej. Współcześnie, świat łatwo dostępny w swej uniwersalności, połączony globalną siecią komunikacji i zależności, zmienny i otwarty, wielogłosowy i wielokulturowy stawia problem możliwości oraz podstaw retorycznego odnajdywania wspólnoty. Nie tylko w najliczniejszych dziś sytuacjach komunikacji zapośredniczonej przez różne media, ale zawsze wobec człowieka przyzwyczajonego do nieskrępowanej swobody wyboru, bogactwa ofert, niezależności (deklarowanej zwłaszcza) osądów, dysponującego potencjalnie nieskończoną erudycją globalnej sieci każdorazowe definiowanie wspólnoty świata jest trudne. Jest toczącym się procesem, którego teoretyczne opisanie może stanowić wyzwanie dla współczesnej retoryki.

Elementem stabilizującym w procesie przekonywania był też zawsze etos mówcy. Ostatecznie każdy argument, właściwie każde słowo jest przecież do niego odnoszone i może być przezeń modyfikowane. W klasycznym ujęciu obraz mówcy zyskiwał podstawowe zakorzenienie przez odniesienie do zobowiązań filozofa, w praktyce właściwie każde wystąpienie w ramach dawnej kultury sytuowało oratora w całej siatce odniesień społecznych: rodzinnych, stanowych, terytorialnych etc., jego obraz zyskiwał w ten sposób wypełnienie i ponadjednostkową trwałość. W konsekwencji łatwość korzystania z autorytetu. Współczesny „mówca” nie tylko przez spadek po romantycznym indywidualizmie, ale przez ciągłe zderzanie się z różnymi przestrzeniami, uczestniczenie w wielu dyskursach, czasowe ograniczenia, niekontrolowane odbijanie swojego głosu w mediach pojawia się w postaci jakby zredukowanej. W konsekwencji znacznie mocniej jego etos staje się przedmiotem kreacji, gry, skupiania uwagi na incydentalnym, wyróżniającym szczególe. Kiedy prawo do mówienia jest oddane wszystkim, etos staje się pierwszym sposobem zyskiwania i uzasadniania takiego mówienia, by inni chcieli go słuchać.

Tam, gdzie decyduje szczególnie przypadek świadomości, zindywidualizowane dowody, językowe gry sterowane przez jednostkowe okoliczności a stawką jest

zwycięstwo – króluje sofistyka. Kultura współczesna te warunki znakomicie spełnia, ponadto, jak pokazuje praktyka (i nauczania, i dyskursu), chwytły erystyczne cieszą się uznaniem. Fundamentalne pytanie o znaczenie i wzajemną relację sofistyki oraz retoryki jest więc nieuniknione.

*Iwona Bartoszewicz
Zakład Języka Niemieckiego
Uniwersytet Wrocławski*

Trudno bez odwołania się do wyników badań socjologicznych i kulturoznawczych ustalić choćby w przybliżeniu, czym jest współczesna kultura i do tego, z jakim jej przejawem w danym miejscu i w odniesieniu, do jakich grup użytkowników języka sprawa ta jest znacząca. Jeśli jednak posłużymy się tu kilkoma stereotypowymi określeniami, to możemy stwierdzić, że żyjemy w czasach komercjalizacji, egalitaryzacji i trywializacji wszystkiego, nawet tego, co jak się kiedyś wydawało, temu procesowi nie podlega. Z drugiej jednak strony dobra kultury, przez swoją właściwie prawie nieograniczoną dostępność, mają zapewne większy, choć niekoniecznie głęboki wpływ na ich (jak to teraz zwykło się mówić) konsumentów.

Nie sądzę, aby można było mówić o istotnych zmianach w podstawach teorii i praktyki retorycznej. *Ars rhetorica* przez swoją wielowymiarowość i złożoność, przez holistyczny sposób ujmowania roli człowieka w jego odniesieniach do osób, z którymi wchodzi w różnego typu relacje oraz do świata, który z jednej strony chce odkryć i opisać a z drugiej natomiast zmienić zgodnie ze swoimi zamiarami i potrzebami, opisuje nadal bardzo skutecznie i trafnie różne sposoby działania człowieka, w tym oczywiście jego zachowania komunikacyjne, zwłaszcza o charakterze perswazyjnym.

W niemieckojęzycznym obszarze badań retorycznych, choć właściwie trzeba tu mówić o Niemczech, bo tam właśnie powstało i powstaje gros publikacji dotyczących omawianego tu zakresu, zauważamy bardzo wyraźny, stale rosnący i ciekawy poznawczo udział tekstów o profilu językoznawczym a właściwie pragmatykoznawczym, poruszających problematykę retoryczną. Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że prace te nadały badaniom retorycznym nowy, także praktyczny wymiar, wiążąc teorię retoryczną i praktykowane w jej ramach metody badawcze z teoretycznymi, analitycznymi i metodologicznymi rozwiązaniami, wynikającymi z dorobku współczesnej lingwistyki.

To swoiste zajmowanie pola przez lingwistykę stawało się faktem w czasie,

w którym zamierał skupiony na estetycznych walorach głównie tekstów literackich nurt badań prowadzonych w obrębie *elocutio* przez literaturoznawców. Natomiast niemal do końca ubiegłego tysiąclecia powszechne było w tym środowisku przekonanie o śmierci retoryki, czego powodów doszukiwano się w zarzucanej jej degeneracji formy, treści oraz funkcji. W zdecydowany sposób wypowiada się na jej temat Ernst Robert Curtius¹ w swoim opublikowanym w 1948 roku dziele o literaturze europejskiej.

Retoryka była drugą ze sztuk wyzwolonych. Prowadzi nas ona jeszcze głębiej w świat kultury średniowiecznej aniżeli gramatyka. Stała się nam obca. Już od dawna zniknęła z programów szkolnych jako przedmiot samodzielny. [...] W naszej kulturze obecnej dla retoryki nie ma miejsca. Wydaje się, że Niemcy żywią wobec niej wrodzoną podejrzliwość. (Curtius 1997: 68)

Retoryka starożytna to temat odpychający. Gdzież znajdują się jeszcze tacy czytelnicy, którzy, jak młody Goethe, sądziliby, iż „wszystko, co ma w jakikolwiek sposób do czynienia z poezją i z retoryką, jest zachwycające”? (Curtius 1997: 86)

Jednak w roku 1992 inny Niemiec i wybitny znawca problematyki retorycznej, Josef Kopperschmidt, publikuje tekst pod znaczącym tytułem: *Rhetorica rediviva oder Totgesagte leben länger* (*Rhetorica rediviva* albo ogłoszeni zmarłymi żyją dłużej)². Nie jest to jedynie wyraz silnej wiary autora w możliwości i żywotność tej dyscypliny. Wspomniany tu artykuł jest także próbą opisanego stanu prac prowadzonych w ramach tak zwanej „Nowej Retoryki”.

Od pewnego czasu retoryka przeżywa w Niemczech swój renesans, co cieszy tym bardziej, że jeszcze w wieku XIX nie była obecna w programach szkolnych. Należy przyznać, że retoryka jako przedmiot nauczania istotnie pojawia się w programach studiów filologicznych wielu niemieckich uczelni. Studentom nie tylko przekazywana jest wiedza z zakresu historii i teorii retorycznej, ale także organizowane są zajęcia warsztatowe, których celem jest wykształcenie umiejętności poprawnego budowania wypowiedzi o charakterze perswazyjnym, uczestniczenia w debatach publicznych, przekonywania do swoich racji, dyskusowania, argumentowania oraz odczytywania i interpretowania wypowiedzi o charakterze retorycznym

1. Curtius, Ernst Robert: *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*. Tłumaczenie: Andrzej Borowski. Kraków 1997.

2. Josef Kopperschmidt (1992): „*Rhetorica rediviva oder Totgesagte leben länger*. Ein Forschungsbericht“. *Muttersprache* 102: 238-267.

i manipulacyjnym.

Na podstawie lektury prac z zakresu filologii germańskiej można stwierdzić, że badania o charakterze językoznawczym a tu zwłaszcza o charakterze empirycznym prowadzone są w następujących kręgach tematycznych:

- Teoria i praktyka argumentacji³, a w szczególności typologia argumentów i toposów, badanie rodzaju i frekwencji toposów w autentycznych tekstach, głównie o charakterze użytkowym ale też w wypowiedziach ustnych, badanie struktur argumentacyjnych, błędy argumentacyjne, strategie argumentacyjne i perswazyjne oraz ich kulturowe uwarunkowania;
- Badania z zakresu tzw. politolingwistyki⁴, w szczególności zaś badanie strategii perswazyjnych w całym obszarze *officia oratoria*, ze szczególnym akcentowaniem problematyki image (co w innym zakresie odnoszone jest do badania tych elementów w obszarze reklamy gospodarczej);
- Badanie strategii autoprezentacji (osób mniej lub bardziej publicznych) i prezentacji (np. produktów przez reklamy) szczególnie w mediach;
- Interkulturowe aspekty procesu komunikacji retorycznej, w tym problematyka grzecznościowa, strategie łagodzenia dysonansu interkulturowego, norma językowa, kulturowa i komunikacyjna;
- Błędy argumentacyjne, ich typologia i pozytywna i negatywna rola w procesie komunikacji a zwłaszcza komunikacji retorycznej (perswazyjnej);
- Przekraczanie granic wyznaczonych przez różne dyscypliny w obrębie językoznawstwa⁵;
- Testowanie perswazyjnej roli środków stylistycznych oraz struktur stylistycznych tekstu. Tu obserwujemy wyraźną zmianę perspektywy badawczej z analizy estetyki tekstu (i to przede wszystkim tekstu użytkowego) na badanie jego właściwości perswazyjnych.

Oczywiście obok publikacji o charakterze naukowym istnieją i takie, które w popularny i bezrefleksyjny sposób przekazują informacje z zakresu wywierania

3. Tu warto wskazać na opublikowaną w roku 1974 książkę Dietera Wunderlicha, stanowiącą w zamierzeniu wprowadzenie do podstawowych problemów językoznawczych, w której znaczną i znaczącą część poświęcono różnym zagadnieniom z zakresu teorii argumentacji i sylogistyki (Dieter Wunderlich [1974], *Grundlagen der Linguistik*. Hamburg).

4. Por.: Armin Burkhardt (1996) *Politilinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung*. W: Josef Klein/ Hajo Diekmannshenke (Red.), *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation*. Berlin-New York, s. 75-100.

5. Znakomitym przykładem jest tu całkiem świeża publikacja: Cordula Schwarze (2010) *Formen und Funktionen von Topoi im Gespräch. Eine empirische Untersuchung am Schnittpunkt von Argumentationsforschung, Gesprächsanalyse und Sprachwissenschaft*. Frankfurt/M. 2010.

wpływu na adresata w różnym celu (np. autopromocja, sukces komunikacyjny np. w trakcie szukania zatrudnienia, strategie działań negocjacyjnych, NLP, działania niewerbalne i ich perswazyjność) lub usprawnienia procesu przyswajania tekstu (mnemotechnika) i są wykorzystywane między innymi jako materiały w ramach różnych kursów i szkoleń, ale pominiemy je ze względu na ich charakter zupełnie rozmiągający się z celem, sensem i zakresem problematyki retorycznej.

Barbara Bogułębska
Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Łódzki

1.

Zauważalna dziś *kultura skrótu* rzutuje na retorykę tekstu (rozumianą jako teoria i konstrukcja), na skracanie tekstu.

2.

Panująca tendencja do kształcenia kompetencyjnego (wielokompetencyjnego), nie zaś erudycyjnego to szansa dla dydaktyki retorycznej na różnych etapach nauczania i w różnych wymiarach.

3.

Panuje nadużywanie terminów, nieoznaczających zastosowań retoryki, np. retoryka uczuć, przedmiotów, tandety, upadku, obecności.

4.

Świat *non fiction* (przekazy pozaliterackie; według R. Nycza – dyskurs dokumentalny, autobiograficzny i eseistyczny) wpływa na zainteresowanie retoryką. Z drugiej strony wciąż powstają teksty inspirowane retoryczną sztuką słowa.

5.

Trwająca *karnawalizacja kultury*, ludyczny jej wymiar wiążący się z funkcją *delectare*, ma wpływ na wiele tekstów kultury (gatunki „zabawowe”).

6.

Zanika w życiu społeczno-politycznym i codziennych sytuacjach komunikacyjnych sztuka dyskutowania, polemiki na rzecz retoryki walki, władzy, erystyki, agonistyki, dominacji, rabulistyki.

7.

Kultura obrazu ma wpływ na retorykę wizualną (prymat warstwy wizualnej).

8.

Rozwój *kultury elektronicznej* ogranicza retoryczną mnemotechnikę (*memoria*).

9.

Kultura powtarzalności (klisz, kopii) czyni wciąż aktualną kategorię mimesis.

10.

Poetyka/kultura *transgresji* to odchodzenie od utrwalonych tradycją retoryczną form zamkniętych.

Leszek Drong

Instytut Kultur i Literatur Anglojęzycznych

Uniwersytet Śląski

Jako anglista zajmujący się na co dzień teorią literatury przyglądam się ze szczególną uwagą formom wypowiedzi często określanym zbiorczym mianem dyskursu akademickiego. Obserwując ewolucję rejestru oraz poziomu komunikatywności języka angielskiego używanego przez współczesnych humanistów (tego, co piszą fizycy, biolodzy, czy nanotechnolodzy, nie jestem niestety w stanie zrozumieć...), z radością dostrzegam, że coraz liczniejsze ich zastępy zaczynają stosować się do wskazówek Geralda Graffa, jednego z najbardziej cenionych naukowców i wykładowców amerykańskich. Graff zajmuje się dziedziną dość przyziemną – skutecznym i klarownym przekazem myśli przy pomocy tekstu. W swoich książkach otwarcie krytykuje nadęty, nadmiernie sformalizowany język współczesnej humanistyki. Z drugiej strony zachęca naukowców, by próbowali sięgać do retorycznego arsenału, którym posługuje się kultura popularna – by odwoływali się do filmu, sportu, najnowszej muzyki, czy nawet slangu młodzieżowego.

Współczesna kultura to właśnie przede wszystkim kultura popularna, a ostatnie dziesięciolecia przyniosły nie tylko istotne zmiany w sposobie jej hierarchizowania (rozmyciu uległ kategoryczny podział na kulturę wysoką i niską), ale również nowe metody opisu. Mam tu na myśli powstanie i rozwój kulturoznawstwa jako odrębnej dyscypliny akademickiej, która za sprawą takich postaci jak Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall czy Dick Hebdige (wszyscy związani z Centre for Contemporary Cultural Studies w Birmingham) wypracowała sobie własny język

i wyznaczyła nowy obszar badawczy, jakim dotąd nie zajmowali się antropolodzy kultury, socjolodzy, czy etnolodzy. Mimo że w pracach kulturoznawców samo pojęcie retoryki nie pojawia się zbyt często, podejmują kwestie bezpośrednio związane z komunikacją społeczną, a także ideologicznym i politycznym wymiarem kultury, analizując jej wpływ na obraz rzeczywistości, jaki powstaje w świadomości człowieka.

To właśnie współczesne kulturoznawstwo wprowadziło na salony akademickie wiele form i zjawisk kultury popularnej, pośrednio, a czasem także bezpośrednio zwracając naszą uwagę na ich retoryczny wymiar. To, co było nie do pomyślenia jeszcze pięćdziesiąt lat temu – rozprawy naukowe poświęcone serialom telewizyjnym, wizualnym rozkoszom zakupów w centrach handlowych, czy kinu etnicznemu (odwołuję się tutaj m.in. do znanej pracy Barry'ego Brummetta pt. *Rhetoric in Popular Culture*) – stało się faktem w dużej mierze za sprawą kulturoznawców, którzy dostrzegli potencjał interpretacyjny w na pozór trywialnych przejawach życia codziennego. Ponieważ potencjał ten wydaje się nieograniczony, sądzę, że jak najszerzej rozumiana kultura popularna (a warto zaznaczyć, że już wcześniej cała kultura była często niemal utożsamiana z pojęciem cywilizacji przez takich badaczy jak Edward Tylor czy Bronisław Malinowski) jeszcze długo stanowić będzie główne wyzwanie zarówno dla praktyków jak i teoretyków retoryki.

Jednocześnie obserwujemy dzisiaj proces o odwrotnym wektorze, mianowicie rosnące zainteresowanie retoryką ze strony kultury popularnej. Przykłady zastosowania technik retorycznych znaleźć można nie tylko w warstwie werbalnej, ale także pozawerbalnej: wizualnej, dźwiękowej, a nawet... olfaktorycznej! Już od dłuższego czasu kultura sięga po zabiegi retoryczne nie tylko w literaturze, lecz także w kinie – mistrzami perswazji są główni bohaterowie takich fabuł jak *Podejrzani* (reż. Bryan Singer) czy *Negocjator* (reż. Gary Gray). Inna ikona współczesnej kultury popularnej to Gregory House (z serialu *Doktor House*), znakomity lekarz, ale i nie mniej sprawny manipulator. Z kolei przykładem w pełni naukowego podejścia do interpretacji mowy ciała jest dr Lightman, główny bohater innego amerykańskiego serialu (*Magia kłamstwa*).

Wspomniałem o technikach retorycznych, które oddziałują na odbiorcę nawet poprzez zmysł węchu. Oczywiście można by tu przytoczyć trywialne przykłady próbek kosmetyków, które mają skłonić czytelniczki tzw. pism kobiecych do zakupu perfum, czy kremu nawilżającego o zapachu jaśminowym. Ja jednak odwołam się do dziedziny, która pozostaje w ścisłym związku z kulturą popularną – do sportu. W 2003 r. polskie siatkarki odniosły spektakularny sukces, zdobywając pod

wodzą trenera Andrzeja Niemczyka mistrzostwo Europy. Sam Niemczyk zdradził potem, że jeden ze sposobów na zdeprymowanie rywalek z byłego bloku wschodniego (szczególnie Rosjanek) stanowiło staranne przygotowanie... makijażu zawodniczek tak, by czuły się pewnie i kobieco w konfrontacji z zastraszonymi i pozbawionymi dostępu do kosmetyków podopiecznymi surowych szkoleniowców innych reprezentacji.

Z technik retorycznych korzystają zresztą przedstawiciele rozmaitych dyscyplin sportowych. Słynne włoskie aktorstwo na boisku zna każdy kibic piłki nożnej. Symulowanie fauli, gra na czas, wymuszanie rzutów karnych, to nic innego jak metody manipulacji wykorzystujące język ciała, onomatopeje, a czasem nawet złożone techniki dramaturgiczne. Mniej agonistycznym przykładem zastosowania retoryki w sporcie jest komunikacja intrapersonalna służąca zmotywowaniu zawodnika do większego wysiłku lub wzmożonej koncentracji – zaobserwować ją możemy np. na kortach tenisowych, kiedy gracz pokrzykuje do siebie lub tłumaczy wyimaginowanemu rozmówcy, jak należało rozegrać daną wymianę.

Większość zjawisk, które tutaj wymieniałem, spopularyzowały w ostatnich latach rozmaite media elektroniczne. To właśnie one cieszą się teraz szczególnym zainteresowaniem specjalistów z zakresu komunikacji społecznej, a także retoryki. Z konieczności skupiłem się wyłącznie na praktycznych aspektach wzajemnych oddziaływań pomiędzy kulturą współczesną a rozwojem technik wpływania na nasze postawy, zachowania i tok myślenia, by podkreślić ich nierozzerwalny związek i dwukierunkowy charakter. Niewątpliwie współczesna kultura jest trwale obecna w namyśle (także tym akademickim) nad retoryką, a jednocześnie retoryka w ostatnich dekadach zagościła jako odrębny i ważki temat w kulturze popularnej i dzięki temu zyskała sobie nowe, liczne grono entuzjastów.

Wiesław Godzic

Katedra Medioznawstwa

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie

Czy retoryka może być werbalna – dzisiaj? Czytelnik wybaczy paradoks – bo przecież powyższe zdanie musi brzmieć paradoksalnie. Jestem w stanie zrozumieć także irytację odbiorcy – wszak retoryka *jest* związana z językiem mówionym i pisanym, tak zwana retoryka wizualna zaś stanowiła do tej pory dodatek, którym zajmowało się nieliczne grono. Po cóż więc stawiać takie pytanie? A jednak – postaram się pokazać, że warto pytać o możliwy kres tradycyjnie rozumianej retoryki.

Dobrze pamiętam moje potyczki z metaforą wizualną, opisane w książce z 1984 roku („Film i metafora”, Katowice). Przystąpiłem do tematu tak, jak zrobiłby to sumienny uczeń tradycji retorycznej. Oparłem się na przekonaniu – rozpowszechnionym w teorii filmu – że metafora wizualna jest ufundowana na werbalnej, a ta ostatnia zawsze poprzedza obraz. Takich przypadków znalazłem sporo w historii kina – więc mógłbym odczuwać satysfakcję z przebytej drogi. A jednak w kinie po 1970 roku zaczęły przeważać inne połączenia wizualno-dźwiękowe, które w żaden sposób nie mogły polegać na tego typu wyjaśnieniach. Stwierdziłem więc, że to, co do tej pory uznawaliśmy za metaforę wizualną, rozsądniej będzie nazwać znaczeniem uzupełniającym wobec podstawowego (i takie cztery typy powiązań starałem się skonstruować i wyjaśnić).

A potem było już coraz gorzej – w każdym razie dla retoryki, dla której źródłem jest słowo. Bo słowo spsiało: stało się redundantne, mało wyszukane, ot, na ogół użytkownik brał je prosto z brzegu. Kompetencje w tworzeniu znaczeń z takiego materiału też wiodły – wystarczyło ich niewiele i poprzestać można było na byle jakich. Natomiast zaczęła powstawać ogromna paleta niesamowitych i niespotykanych do tej pory dźwięczących obrazów. Pochodziły od nadawców profesjonalnych, połowicznie profesjonalnych i najzwyczajniejszych amatorów. W przypadku tych ostatnich ich intencje tworzenia znaczeń były dodatkowo zagmatwane, gdyż musieliśmy pytać jako odbiorcy, czy konkretne połączenie obrazów było zamierzone, czy też wynikało z nieumiejętności posługiwania się narzędziami (a w dodatku: z czasem błędy – wizualne i słowne – zaczęły się upowszechniać i uznawane były za normę).

To, co zrobił Internet, nazwać można bez wątpienia rewolucją w zakresie retoryki. Mianowicie: pozbawił nas wiedzy o istnieniu „poziomego zero” komunikowania się. Wszystko stało się ekspresyjne, a nic nie było już dłużej normalne. Jak stworzyć retorykę, gdy nie istnieje ani obszar „normalny”, ani „udziwniony”? Każdy stał się artystą zdolnym do używania tropów retorycznych i jednocześnie nikt nie był nim w pełni, według starych dobrych norm. Artyści uciekali do opisów triumfującej codzienności, a zwyczajni ludzie snuli (ułomne) dywagacje o transcendencji (doświadczanej przez nich normalności). Jeśli dodać, że retoryka zarówno wizualna, jak i werbalna zaczęła być używana skrajnie instrumentalnie przez polityków, to dopełnimy obraz zniszczeń na tym obszarze.

Włączmy tryb nieco bardziej optymistyczny, wszak nie jest jeszcze tak źle – zawsze znajdzie się miejsce na retorykę werbalną. Nadal setki badaczy roztrząsają relacje znaczeń uruchamianych przez to wszystko, co mówimy, słuchamy, piszemy i czytamy. Podkreślam dwustronność tego procesu komunikacyjnego – bo też ta

cecha jest najistotniejsza; wizualność wydaje się wtórna wobec niej. Dotychczasowa retoryka oparta na słowie w mniejszym zakresie wymagała interakcyjności – bo przecież wizualne pojęcia, do których słowa odnosiły, były ideami wizualnymi, poddanymi silnej stereotypizacji. To, co nas czeka i czego obawiam się (przy mojej znacznej akceptacji kultury popularnej jako źródła współczesnych znaczeń) dotyczy możliwości rozerwania związku między retoryką werbalną a wizualną. „Werbaści” okopią się i zamkną w tradycji, „wizualiści” przeciwnie: rzucając hasłami o nieuchronnym zwycięstwie obrazu, w gruncie rzeczy nie będą starać się formułować odkrywczych tez, skoro „wszyscy żyjemy w imperium obrazu”. Szukajmy więc chętnych do pogodzenia tych stanowisk. Obraz znaczy razem ze słowem, a od ich idealnego balansu zależy przyszły rozwój kultury. W tej chwili zwycięża obraz, co wcale nie znaczy, że naszą powinnością jest dowartościowanie słowa – wystarczy lepiej starać się zrozumieć, w jaki sposób oddziałują na nas ruchome obrazy, i co z nimi robimy. Albo też – co one robią ze swoimi użytkownikami.

Jolanta Jabłońska-Bonca
Katedra Teorii i Filozofii Prawa
ALK Warszawa

W retoryce prawniczej od czasów starożytnych bardzo istotną rolę odgrywa argument z autorytetu. Tradycyjnie też, od wieków, środowisko prawnicze (tak praktyków, jak i naukowe) jest nieegalitarne, a establishment ma w nim kluczowe znaczenie. Nieegalitarne są też stosunki zewnętrzne prawniczego środowiska z innymi grupami społecznymi – autorytety prawnicze (osoby uznawane za takie) działają w ramach ogólnej hierarchii społecznej i politycznej w specjalnie wyznaczonych miejscach.

Podmioty uznawane za prawnicze autorytety pełnią w stabilnym systemie politycznym przede wszystkim ważną funkcję politycznych „hamulców bezpieczeństwa”, ponieważ utrwalają aksjologię prawno-polityczną systemu i w zasadzie reformują prawo w sposób nie zagrażający fundamentalnymi zmianami ośrodkom decyzji politycznej.

Jednocześnie ich własna pozycja jest wynikiem skomplikowanych interakcji społecznych w polu władzy. Autorytety prawnicze pracują również nad tym, żeby zabezpieczyć własny interes zawodowy i osobisty. To jest już w pewnym zakresie obszar środowiskowego tabu.

Polityczna presja współczesnych rządów na stałą instytucjonalizację i standaryzację

procedur uzyskiwania wyników pracy, usztywnianie zasad dopuszczania do głównego nurtu dyskursu poprzez określanie, gdzie i jak można ujawniać uznane wyniki, paradoksalnie – wcale nie osłabia tej hierarchii – ale służy utrzymywaniu stałej pozycji uznanych już autorytetów prawniczych. Presja ta pozwala bowiem utrzymywać autorytetom już zdobytą władzę nad dyskursem. Jeśli zaaprobuje się kontrolę publiczną (np. ministerstwa, korporacji), możliwe jest ograniczanie wszelkich dyskusji metodologicznych i ochrona tradycyjnych paradygmatów dzięki określaniu z góry oczekiwanych wyników. Oznacza to stabilizację, bezpieczeństwo i komfort dla samych autorytetów oraz dla zasad systemu politycznego.

Opinie uprzywilejowanych autorytetów miały (mają?) więc w przekonywaniu zawsze większe znaczenie, są elementami konstytuującymi dyskurs; mogą także go zamykać, na przykład dla ochrony tradycyjnych, uznanych paradygmatów argumentacji i strategii stosowania oraz wykładni prawa.

Ostatnio jednak Internet zaczyna rozrywać hierarchię i ją kwestionować. Wydaje się, że wyraźnie kruszy się stabilność wewnętrznych porządków w środowiskach prawniczych i hierarchia autorytetów. Wirtualne środowisko, media społecznościowe, fora sieciowe, blogi i inne środki komunikacji zaoferowały, zwłaszcza młodym prawnikom, taką nową płaszczyznę kontaktów, która umożliwiła nieograniczone szerzenie argumentacji i ocen niezgodnych ze „środowiskowym” uznaniem, niszcząc granice ustalone przez „zgodną opinię autorytetów”.

W blogach, portalach ukazują się liczne teksty bardzo krytyczne wobec argumentów uznanych autorytetów prawniczych i wobec nich samych. Są to teksty na ogół anonimowe. Czy mogą, mimo to, a może właśnie dlatego, przekonać kogokolwiek do rozmaitych działań i czynności prawnych i prawniczych? Specyfiką argumentacji prawniczej zawsze była wysoka waga argumentu z tradycyjnego, uznanego autorytetu. Czy tak jest nadal?

Powstaje bowiem nowa, alternatywna, egalitarna przestrzeń dyskursu publicznego, dostępna m.in. dla prawników „nizowych”, nie mających wielkich szans na argumentowanie w mainstreamowych czasopismach prawniczych oraz w kluczowych mediach. Czy jest ona bez znaczenia dla trwałości tradycyjnego, prawniczego, kulturowego centrum?

Stopniowo tworzy się egalitarna przestrzeń rozmowy publicznej na temat prawa dla wszystkich ludzi, którzy nie mieli dotąd żadnej możliwości udziału w debacie publicznej ze względu na ograniczony dostęp do tradycyjnych mediów i środowiska prawniczego. Czy może to mieć wpływ na model wykładni prawa?

Z drugiej strony, Internet, ale także i inne media, przyczyniają się do budowy

popularności. Prawnik musi być wiarygodny i widoczny, dlatego „markę osobistą” („twarz”) próbuje teraz wykreować także w Internecie. W tej popularności w Internecie także uznane autorytety prawnicze szukają dodatkowej legitymizacji i umocnienia wpływu w grupie i w otoczeniu zewnętrznym. Jaką wagę dla kultury prawnej ma taki wizerunek? Czy i jak wzmacnia argumentację merytoryczną?

Czy ta „marka” będzie jakościowo tożsama z „marką osobistą” uzyskaną w środowisku prawniczym tradycyjnie wyznaczanym przez literaturę drukowaną i usytuowanie formalne? Internet wydaje się wyraźnie sprzyjać egalitarnej postawie: każdy może spróbować dyskutować z wybitnym naukowcem i prawnikiem, który prowadzi bloga. Nie ma wobec tego miejsca na elitę i wykluczenie. Internet wyzwała wrażenie, że „wytworzenie” lub zdobycie wiedzy jest łatwe, że można ją szybko zdobyć i szybko przekonać do swojego stanowiska innych.

Zasygnalizowane tu zagadnienia zmieniającej się sytuacji autorytetów prawnych mają fundamentalne znaczenie dla przemian kultury prawnej, dla praktyki retoryki prawniczej i pilnie wymagają interdyscyplinarnych badań.

Jakub Z. Lichański
Zakład Retoryki i Mediów
Uniwersytet Warszawski

Zacznę od przypomnienia dwu opinii; najpierw José Ortega y Gasset. Hiszpański badacz zwrócił uwagę, iż to retoryka właśnie pozwala na obiektywną i wyważoną ocenę; jest ona racjonalnym podejściem do dowolnego problemu. Natomiast Kenneth Burke zauważył, iż „gdzie jest znaczenie – jest perswazja; gdzie jest perswazja – jest retoryka”. Jakoś bardzo podobnie wypowiadali się i inni badacze, że wróć przede wszystkim do Arystotelesa, który w pierwszym rozdziale swej *Retoryki* zwracał uwagę nie tylko na jej podobieństwo do dialektyki, ale przede wszystkim wskazywał, iż

[...] Obie przecież dotyczą tego rodzaju spraw, które do pewnego stopnia znane są wszystkim ludziom i nie stanowią przedmiotu żadnej określonej nauk. 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, I.1.1354a1-5, tł. Henryk Podbielski].

W komentarzu do tego fragmentu Henryk Podbielski zwraca uwagę, iż Arystotelesowi chodzi tu o „metodologię właściwego posługiwania się mową”. Powiedziałbym,

iż chodzi tu raczej o język, ale kwestia ta nie ma zasadniczego znaczenia.

Ponieważ retoryka to umiejętność tworzenia tekstów, których celem jest argumentowanie na rzecz jakiejś hipotezy – ta opinia Dionizjusza z Halikarnasu legła u podstaw wykładu teorii retoryki, jakiego dokonał Richard Emil Volkmann pod koniec XIX wieku – to problem, czy dotyczy ona tylko języka, czy obejmuje m.in. wszelkie sztuki jest dość jałowym i niepotrzebnym przedmiotem dyskusji. Gdy stworzymy coś, co ma kogoś innego o czymś, bądź do czegoś przekonać (także dzieło architektoniczne, utwór muzyczny, obraz, rzeźbę, film, program radiowy i/lub telewizyjny, tekst reklamowy, stronę www, itp.) – wtedy zawsze mamy do czynienia z retoryką.

Zmiany kulturowe, jakie dotąd przeszła cywilizacja ludzka, nie wpłynęły na retorykę tak, aby podważyły czy zakwestionowały jej zasady. Swoiste rewolucje, jakie przechodziliśmy od upadku Cesarstwa Zachodnio-Rzymskiego, raczej umacniały niż kwestionowały pozycję oraz znaczenie retoryki. Potwierdzają to nie tylko prace Chaima Perelmana, ale szkoła, a raczej metoda *rhetorical criticism*, czy trwałość retoryki jako przedmiotu nauczania od szkoły podstawowej po wyższe uczelnie (chyba tylko z wyłączeniem Polski, niestety).

Zmiany kultury czy rozwój cywilizacji wiążą się wciąż z tym, iż dziś Platon latałby samolotem, a Arystoteles – posługiwałby się komputerem. Istota sprawy – stosunek człowieka do innych, chęć przekonywania lub nakłonienia drugiego, obrony swoich racji, atakowania stanowiska niezgodnego z moimi poglądami – wszystko to wymaga znajomości teorii retoryki. Dopóki nie zamienimy języka na inny sposób przekazywania informacji – retoryka nie ulegnie zapomnieniu czy usunięciu w cień.

Jeśli wczytamy się dokładnie w uwagi Kwintyliana i na temat wychowania *prawdziwego obywatela* [Quint., I, intr., 9-10: „człowiekiem owym, prawdziwym obywatelem, powołanym do kierowania sprawami publicznymi i prywatnymi, który mógłby rozważnie rządzić państwami, zasadzać je na prawach, wyzwać z błędów wyrokiem sądowym, jest naprawdę nie kto inny jak tylko mówca”, tł. Mieczysław Brożek], i dotyczące tego, czym jest retoryka [Quint., V.10.54: „*Rhetorice est inveniendi recte et disponendi et eloquendi cum firma memoria et cum dignitate actionis scientia* – Retoryka jest wiedzą/nauką (jak) poprawnie wynajdywać, porządkować i wypowiadać (w sensie: wypowiadać w dobrej formie językowej), z (wykorzystaniem) dobrej pamięci i godnie zaprezentować (dowolny tekst)”, tł. jzl], to widać wyraźnie, iż mowa jest o nauce, która śmiało możemy określić jako uniwersalną.

Zwracałem kiedyś uwagę na fakt, iż retoryka przypomina matematykę w tym

sensie, iż określa ogólne reguły tworzenia dowolnych tekstów; być może obie nauki są wytworem naszej kultury, lecz – mimo że nie bardzo chcemy się z tym pogodzić – są niezależne od przemian tejże kultury. Rezygnacja z retoryki, to rezygnacja z tego, co określa jedną z istotnych cech naszego człowieczeństwa. Zakończę te uwagi obrazem Abrahama, który „targuje się” z Bogiem o przyszłość mieszkańców Sodomy i Gomory [Gen., XVIII. 20-33]. Uważna lektura i analiza tego fragmentu wiele nam powie, czym była i jest – retoryka, jak budować mowę, jak argumentować, aby osiągnąć sukces. Wskazany fragment to wspaniała pochwała retoryki, prawdziwej *Królowej Sztuk i Nauk*, która mogła ocalić przed zagładą oba miasta; nie ona przegrała, ale mieszkańcy owych miast, bowiem nie znaleźli dziesięciu sprawiedliwych. I tym obrazem kończę – nie darmo bowiem *Panią Retorykę* przedstawia się zawsze z mieczem w dłoni; jest ona jednym z obrazów Mądrości, a ta jest atrybutem Boga, bądź bogów. I nigdy o tym nie zapominajmy.

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Uniwersytet Jagielloński

Jako medioznawca, nie przypisuję sobie kompetencji dostatecznie wysokiej, by się wypowiadać na temat perspektyw rozwoju teorii retorycznej jako nauki. Wolno mi chyba jednak wyrażać w stosunku do retoryki życzenia i postulaty...

Na miejsce i rolę retoryki w dzisiejszym świecie patrzę z punktu widzenia kogoś zainteresowanego przede wszystkim praktyką medialną i tym, jaki kontekst dla debaty publicznej oraz dla prywatnych, jednostkowych narracji ludzi stwarzają środki komunikowania masowego. Uważam bowiem, że retorykę jako codzienną praktykę komunikacyjną ludzi w zasadniczej mierze kształtuje dzisiaj to, co słyszymy, co widzimy i co możemy przeczytać w mediach masowych. Także teoria retoryki nie może pomijać retoryki wypowiedzi medialnych; w istocie sądzę, że powinien to być dzisiaj jej najważniejszy, a w każdym razie najbardziej rozległy i wielowymiarowy temat. Tymczasem w obliczu przemian treściowych, formalnych i technologicznych w mediach zarówno uprawianie retoryki w praktyce, jak jej badanie i konstruowanie teorii staje w obliczu licznych nowych wyzwań – związanych w równej mierze z formą i naturą technologiczną przekazu medialnego, jak przemianami treści wypowiedzi retorycznych.

Z jednej zatem strony niezmiernie ważne staje się sformułowanie i testowanie teorii retoryki w obrębie przekazu wielomodalnego. Badania nad retoryką obrazu

prorowadzone są – z bardzo interesującymi rezultatami – co najmniej od połowy ubiegłego stulecia, obecnie jednak chodzi o coś więcej, niż tylko o możliwość, formy, strukturę wizualnego przekazu retorycznego. Chodzi o szeroką sferę związków między słowem, obrazem, muzyką, dźwiękami naturalnymi, ruchem i czasem, a perswazyjnymi celami wypowiedzi, i to wypowiedzi przeznaczonej do odbioru szybkiego, w warunkach licznych zakłóceń, braku koncentracji, rozproszenia i podzielności uwagi.

Z punktu widzenia treści natomiast, pojawia się pytanie o same warunki istnienia i o skuteczność wypowiedzi retorycznej w mediach masowych, którymi rządzi zasada treściowej, formalnej i technologicznej konwergencji. Wśród licznych konsekwencji procesów konwergencyjnych jest także mieszanie i przenikanie się dyskursu politycznego, promocyjnego, edukacyjnego, rozrywkowego – na warunkach określanych przede wszystkim przez rozrywkowe i hedonistyczne zapotrzebowania audytoriów. Publiczność oczekuje od mediów, a zatem także od funkcjonujących w nich wypowiedzi retorycznych – politycznych, światopoglądowych, komercyjnych, edukacyjnych – maksymalnej atrakcyjności oraz silnej stymulacji emocjonalnej i zmysłowej. Jest przy tym niecierpliwa, sceptyczna, nieuważna, ale i aktywna; ma ogromny zasób multimedialnej kompetencji intertekstualnej, poszukuje możliwości partycypacji w dyskursie publicznym (kultura 2.0!). W tej sytuacji prawdziwym wyzwaniem staje się sformułowanie i wytworzenie warunków do prezentowania stanowisk i skutecznego perswadowania w sposób racjonalny, przy odwołaniu do racjonalnych przesłanek oraz z użyciem tego typu argumentów, figur i zabiegów retorycznych, które odwołują się do intelektu, nie zaś do emocji i potrzeb ludycznych. Bez tego bowiem niemożliwe jest utrzymanie wysokiego poziomu merytoryczności i racjonalności debaty publicznej. Jakże zaś mogą być tego konsekwencje, widać wyraziście w naszym (mediami zapośredniczonym) życiu politycznym i społecznym.

Cyprian Mielczarski
Instytut Filologii Klasycznej
Uniwersytet Warszawski

Powszechna retoryzacja kultury euroamerykańskiej stanowi wyzwanie dla polskiej edukacji, ponieważ jest to tendencja, która wpływa w poważnym stopniu na funkcjonowanie naszej cywilizacji. Stworzony w starożytności przez sofistów, Arystotelesa i Cyserona ideał kulturowy *homo loquens* nigdy nie utraci swej wiecznej

aktualności. Ideał ten obecnie ma charakter perswazyjny zarówno w pozytywnym, jak i negatywnym tego słowa znaczeniu. Bardzo często słowo jest narzędziem pokojowego oddziaływania lub podporządkowywania sobie woli i myśli innych jednostek. Sądzę, że w XXI wieku pojęcie interpretacji, a nie prawdy, będzie podstawą badawczą nowoczesnych nauk humanistycznych i społecznych, które tłumaczą istotę demokratycznej kultury i społeczeństwa poddawanego nieustannej presji różnych symboli i znaków. Z tego powodu relacja między słowem a „prawdą” funkcjonującą w danym środowisku kulturowym i między słowem a komunikującymi się podmiotami stanowi podstawową problematykę najnowszej teoretycznej humanistyki i filozofii – wystarczy wspomnieć neopragmatyków, takich jak Rorty, postmodernistów, Perelmana, Gadamera czy Habermasa. Ten ostatni pragnie „odretoryzować” społeczeństwo demokratyczne, usiłuje stworzyć taką idealną „sytuację komunikacyjną”, w której wszystkie słowa, tezy, stwierdzenia i sformułowania mają czysto obiektywny charakter, to znaczy wyrażają „racjonalną wolę” w odniesieniu do wspólnego interesu uczestników komunikacji, bez żadnych elementów perswazji. Wielu teoretyków twierdzi, że jest to niemożliwe – jesteśmy skazani na indywidualną i zbiorową perswazję, która, jako zaprzeczenie przymusu i siły, stanowi istotę każdej prawdziwej demokracji.

Liberalne pojęcie „społeczeństwa konkurencyjnego” dotyczy także konkurencyjności komunikacyjnej. Współczesny człowiek jest bombardowany ogromną masą informacji i faktów kulturowych, kształtujących jego zachowania i osobowość. Dlatego trzeba zmienić w poważnym stopniu cele naszej edukacji ogólnej, należy uczyć na wszystkich poziomach świadomości retorycznej, która niesie ze sobą zrozumienie mechanizmów komunikacji i zasad wzajemnych relacji między jednostkami w świecie opartym na konkurencji interesów, idei i postaw. Konkurencyjność ta jest istotą kultury europejskiej od czasów starożytnej Grecji, gdzie relacje między współobywatelami miały charakter agonistyczny.

Problemem współczesnej edukacji ogólnej jest zachowanie indywidualności, niezależności i kreatywności jednostki w obliczu szeroko rozumianej presji ze strony tych wszystkich, którzy dysponują instrumentami perswazji, takimi jak nauka, religia, tradycja narodowa i polityczna oraz inne wartości, traktowane jako normy powszechnie przyjęte w danym środowisku kulturowym lub jako zasady stanowiące podstawę naszej tożsamości czy orientacji światopoglądowej. Dramat wiecznej opresji kulturowej ukazuje Gombrowicz w całej swojej twórczości, która pod tym względem wyprzedza intelektualne dokonania najnowszych filozofów postmodernistycznych. Genialny autor i obserwator rzeczywistości przedstawił w sposób

artystyczny to, co stało się później jądrem wielu teorii akademickich i orientacji społeczno-politycznych (wiele nowych ruchów lewicowych, np. wszystkie orientacje antyglobalistyczne).

W naszych realiach ustrojowych i kulturowych wszelkie doświadczenie rzeczywistości ma charakter językowy, jesteśmy skazani na wszechwładne panowanie *logosu*. Zrozumienie jego retorycznej istoty jest koniecznością cywilizacyjną, którą należy przełożyć na konkretne praktyki edukacyjne. Dotyczy to zarówno kształcenia ogólnego, jak i wysublimowanych dyscyplin humanistycznych, które zmierzają wyraźnie w kierunku metodologii opartej na interpretacji. Współczesna pedagogika zaleca selekcję informacji i taką edukację, która uczy, jak „nie żyć myślą innych”. Kształtowanie autoekspresji w szerokim tego słowa znaczeniu będzie podstawą edukacji w tym wieku.

*Przemysław Nehring
Katedra Filologii Klasycznej
Uniwersytet Mikołaja Kopernika*

Jeśli za Arystotelesem będziemy postrzegać retorykę jako sztukę przekonywania, to – jak się wydaje – ma się ona w dzisiejszym świecie znakomicie. Można by powiedzieć, że od czasów starożytnych nigdy nie liczyła się bardziej. Do tradycyjnych dziedzin, w jakich od wieków była praktykowana, czyli sfery polityki i prawa, doszły kolejne obszary, związane z liberalną gospodarką oraz ideą tak zwanego społeczeństwa otwartego. Trudno przecież dyskutować z twierdzeniem, że umiejętne posługiwanie się narzędziami z arsenału retorycznego pozwala także na skuteczne kształtowanie popytu na jakieś towary i usługi oraz formowanie określonych postaw społecznych. Wszechobecne i z roku na rok coraz bardziej inteligentne media ułatwiają dotarcie z przekazem zarówno do wielkich ludzkich zbiorowości jak i konkretnych, odpowiednio wyselekcjonowanych grup czy nawet pojedynczych osób, które mają się okazać szczególnie podatne na takie a nie inne perswazyjne oddziaływanie. Możliwości, jakie taka sytuacja otwiera przed praktyką retoryczną, są zatem ogromne, zarówno jeśli chodzi o zasięg, jak i mierzalną nowoczesnymi socjologicznymi instrumentami skuteczność przekonywania. Nie ulega wątpliwości, że ten potencjał wykorzystuje się w dzisiejszym świecie powszechnie i zazwyczaj bez szczególnej zadumy nad moralnym aspektem perswazji. Stara Katonowa definicja retora – *vir bonus dicendi peritus* a zatem „szlachetny mąż biegły w przemawianiu” – którą, jako obraz ideału, powtarzał Ciceron, a za nim Kwintyliusz na pewno nie

opisuje już, nawet w wymiarze idealnym, ani najbardziej cenionych współczesnych teoretyków ani najsprawniejszych praktyków w tej dziedzinie. Trudno się zresztą temu dziwić, bo naturalny w starożytnym świecie związek retoryki z wychowaniem i powszechnym, ogólnym wykształceniem ma się nijak do współczesnych systemów edukacyjnych. Miejsce nauczyciela-retora zajął dzisiaj wynajmowany do osiągnięcia doraźnego efektu „trener”, „coach”, „specjalista od PR”, „ekspert marketingu politycznego” itd. Układ prezentacji, odpowiedni wstęp i zakończenie wystąpienia, dobór i budowa argumentów czy w końcu sposób mówienia a nawet gestykulację opisuje się we współczesnych podręcznikach i wykorzystuje podczas szkoleń dla menadżerów, polityków, specjalistów od budowania wizerunku firmy czy po prostu sprzedawców. Wiedzę znaną starożytnym teoretykom i praktykom wymowy, zdobywaną kiedyś powszechnie przez kilka lat szkoły retorycznej, redukuje się często do zestawu technik o charakterze czysto manipulacyjnym. Coraz mniej miejsca pozostaje na tradycyjne argumenty o strukturze syllogistycznej; najczęściej, jak się wydaje, przekonujący odwołują się dzisiaj do sfery afektywnej przekonywanych. Ten rodzaj perswazji, uprawiany oczywiście również w antycznym świecie, zalecano kiedyś dla takich spraw, których trudno było bronić ze względu na ich co najmniej wątpliwy charakter. Nie znaczy to, oczywiście, że w naszych czasach nie wykorzystuje się retorycznej wiedzy dla kształtowania szlachetnych postaw społecznych czy propagowania bezwzględnie dobrych moralnie wzorców, ale znaczy, że nie dostrzega się jakiegokolwiek związku moralności z retoryką. Taki stan rzeczy musi oczywiście niepokoić, gdyż w swoistej grze, jaka się toczy między wytrenowanymi specjalistami od przekonywania i pozbawionymi elementarnej wiedzy retorycznej, często jeszcze odpowiednio wyselekcjonowanymi adresatami ich perswazji, ci ostatni są niemal całkowicie bezbronni. Nie trzeba już, jak to zalecały starożytne podręczniki, usypiać czujności odbiorcy, który doskonale wiedział, że ktoś zręcznie posługujący się sztuką wymowy może uczynić z niego ofiarę manipulacji.

*Antoni Smuszkiewicz
Instytut Filologii Polskiej
Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu*

Klasyczna retoryka, czyli teoria i sztuka wymowy, obejmująca także zbiór reguł doskonałego wysławiania się (*ars bene dicendi*) w końcu XX i na początku XXI stulecia przeżywa swój niezwykły renesans. Nowe warunki życia społecznego

i kulturalnego w Polsce, a także wzrost popularności i znaczenia środków multimedialnych, oddziałujących na uczestników „wielkiej agory”, jaką jawi się współczesny świat, nazywany niekiedy za McLuhanem „globalną wioską”, zrodziły potrzebę sięgnięcia po wzory skutecznego przekonywania aż do arsenału dawnych środków perswazyjnych.

Retoryka, jako przedmiot szkolnego nauczania pod nazwą „nauka wymowy”, zubożona o ważne jej dziedziny formułowania i realizowania wypowiedzi (mowy, oracji), jak inwencja, dyspozycja, zapamiętywanie i wygłaszanie, sprowadzona w istocie tylko do elokucji, zakończyła swoją egzystencję wraz z wiekiem XIX, zachowując jedynie ostatnie przyczółki w oratorstwie sądowym i homiletyce. Wyparta z nauczania szkolnego przez wiedzę o literaturze i o języku, dziedziny wzorowane na naukowych dyscyplinach jak historia literatury i gramatyka opisowa, stała się w potocznym, pejoratywnym znaczeniu synonimem ozdobnego pustosłowania, skazanego na pogardę i zapomnienie. Później nadeszły czasy panowania systemów totalitarnych, w których cały dyskurs publiczny sprowadzał się do słuchania i respektowania jednostronnie przekazywanych nakazów i zakazów. Sposoby skutecznego przekonywania w zasadzie zostały zredukowane do absolutnego minimum. Jakiegokolwiek środki społecznej perswazji nie były w tej sytuacji konieczne.

Dopiero wraz z upadkiem systemu totalitarnego i z rozwojem demokracji, podobnie jak w starożytnych Atenach, tak i we współczesnej Europie, wzrosło znaczenie retoryki. Konieczność pozyskiwania zwolenników i przekonywania oponentów do własnych racji, spowodowała zapotrzebowanie na różne metody perswazyjnego oddziaływania. Tak więc w nowoczesnej, szeroko rozumianej kulturze, klasyczna retoryka powoli odzyskuje swoje ważne miejsce tam, gdzie chodzi o wpływ na odbiorcę, na adresata wypowiedzi, aby go pozyskać i przekonać, tak w zakresie reklamy środków codziennego użytku, jak i na obszarach wyborczej propagandy politycznej.

W tym ostatnim wypadku, gdzie głównym środkiem wypowiedzi jest naturalny język mówiony, wszystkie reguły retorycznej perswazji mogą być (i na ogół są) stosowane w miarę oratorskich umiejętności konkretnego polityka, chociaż zdarzyć się może, iż nie zawsze są używane z pełną świadomością ich retorycznej proveniencji.

Znaczenie wiedzy i sprawności retorycznej w tej dziedzinie jest oczywiste i nie wymaga szczególnego komentarza. Sytuacja się zmienia, gdy w miejsce języka naturalnego pojawia się inny „język” przekazu, gdy – inaczej mówiąc – perswazyjna wypowiedź sformułowana jest w innym kodzie, gdy nadawca komunikatu operuje

innym systemem znaków, ale – co oczywiste – znanym przecież adresatom swojej „wypowiedzi”. Ponieważ z retoryką mamy do czynienia zawsze, gdy zachodzi konieczność oddziaływania na odbiorcę, również pojawia się potrzeba spojrzenia na owe „inne komunikaty” z punktu widzenia teorii retorycznej, która pomoże wyjaśnić wiele zjawisk współczesnej rzeczywistości kulturalnej, a także – co wysoce prawdopodobne – z jednej strony pozwoli udoskonalić formy perswazyjnego oddziaływania, z drugiej zaś – wzbudzić i umocnić asertywność odbiorcy, uodpornić go na zniewalające wpływy atakującej zewsząd różnorodnej propagandy.

We współczesnym świecie, nastawionym na szeroko rozumianą konsumpcję dóbr materialnych i kulturalnych, nabiera szczególnego znaczenia reklama, która jest nowoczesną formą oddziaływania perswazyjnego. Nakłania bowiem odbiorców zarówno do kupna polecanego produktu, jak i do głosowania na wskazanego kandydata. Namawia ich do przyjęcia oczekiwanych postaw, wymusza niejako określony styl zachowań, korzystny z punktu widzenia nadawcy. Nic więc dziwnego, że odżywają teraz liczne chwytły retoryczne, głównie w zakresie figur myśli (*figurae sententiae*), rzadziej w sferze figur słów (*figurae verborum*, *figurae elocutionis*), ponieważ w nowych formach oddziaływania na ogół mamy do czynienia z językiem odmienionym od naturalnego. W epoce zmierzchu galaktyki Gutenberga, choć jej los nie jest jeszcze bynajmniej przesądzony, coraz większego znaczenia nabiera kultura obrazkowa na skutek rozwoju multimedialnych środków przekazu (telewizja, komiks, Internet, gry komputerowe). Inaczej mówiąc, obrazkowy język współczesnej kultury zdaje się w wielu dziedzinach wypierać naturalne sposoby porozumiewania.

Wielość kodów społecznej komunikacji, będąca konsekwencją rozwoju i upowszechnienia mass mediów, jest znamioną cechą współczesnej kultury. Z tego powodu niewątpliwie wzrasta też zainteresowanie retoryką, chociaż jej dzisiejsze oblicze jest teraz trochę inne. Oferując środki oddziałujące na odbiorcę w mniejszym wszakże stopniu zbliża się ona do sztuki oratorskiej, bardziej natomiast do technik argumentacyjnych. W każdym wypadku jednak jest próbą oddziaływania własnymi nowymi środkami na intelekt (*docere*), uczucia (*movere*) i gusta estetyczne (*delectare*) odbiorców.

Przykładów zastosowania teorii retorycznej do różnych przejawów współczesnego życia społecznego i kulturalnego można wskazać wiele. Na niektóre z nich, a zwłaszcza na komunikat reklamowy, zwrócił uwagę już w połowie ubiegłego wieku Umberto Eco w *Pejzażu semiotycznym*⁶. Innym swoistym sposobem oddziaływania

6. Zob. U. Eco, *Pejzaż semiotyczny*, przeł. A. Weinsberg, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1972, s.234-267.

na odbiorcę może być również projektowanie przedmiotów, które swym wyglądem komunikują treści bliskie odbiorcy i jako takie przychylnie nastawiają konsumenta do oferowanego produktu a w konsekwencji przekonują do jego zakupu. Wśród tego rodzaju aspektów, zniewalających niejako do nabycia produktu, akcentowana jest między innymi *przesadna praktyczność*, objawiająca się w sporej liczbie różnych funkcji (np. robota kuchennego, telefonu komórkowego, czy dekodera telewizyjnego), których przeciętny użytkownik nie jest w stanie w pełni wykorzystać. Zachęca jednak do kupna, bo owa wielofunkcyjność jawi się jako walor pozytywnie nacechowanej nowoczesności i zarazem jako widoczny dla otoczenia wyznacznik standardu życia użytkownika. Za nabyciem danego przedmiotu przemawia zatem nie tylko logika wyvodu, wskazująca na użyteczność, a więc apel do intelektu (*docere*), ale także wyraźne odwołanie się do sfery emocjonalnej (*movere*). Współcześnie wyznacznikiem nowoczesności, może bardziej odczuwanym niż uświadamianym, jest też *opływowość kształtów* niezbędna w konstrukcjach rakiet, samolotów czy szybkich samochodów, ale przecież nie odbiorników radiowych, drukarek komputerowych, czy aparatów fotograficznych, które bynajmniej nie służą do latania i takich kształtów nie można uzasadnić – jak już przed laty zwracał na to uwagę Stanisław Lem – „ani warunkami ich pracy, ani celem działania”⁷. Mimo to jednak bardzo często takie właśnie kształty są im nadawane, ponieważ opływowość w naszych czasach (jako swoisty synonim nowoczesności) jest nacechowana dodatnio i apeluje do sfery estetycznej (*delectare*) nabywcy.

Innym chwytem apelującym do sfery estetycznej może być też odpowiednio dobrana kolorystyka, czy też - ogólniej rzecz ujmując – *oprawa plastyczna*. Dotyczy to zarówno przedmiotów użytkowych, różnych przyrządów, aparatów, narzędzi, jak i książek z wyraźnym nawiązaniem być może nie tyle do kolekcjonerskich skłonności nabywcy, ile do dopasowania nowej rzeczy do już posiadanego kompletu, stanowiącego jakiś jeden wyróżniony kolorystycznie system. Rzemieślnik chętniej więc kupi narzędzie, którego kolor rękojeści jest identyczny z obudową już posiadanych przyrządów. Również czytelnik chętniej nabędzie książkę, choć na pierwszy rzut oka nie wydaje się mu interesująca, jeśli jest tak samo wydana, jak pozycje należące do ulubionej serii (zwłaszcza jeśli seria jest numerowana). Niewątpliwie nie kupiłby jej w innej szacie graficznej. Tak więc można powiedzieć, że nowoczesne wzornictwo również posługuje się swoistą retoryką, będącą na usługach handlowej perswazji; retoryką, której aktualność niekoniecznie oznacza dziś „aktualność jej

7. S. Lem, *Summa technologiae*. Wydanie II poszerzone, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1967, s.29.

terminów i pojęć”⁸.

W badaniach nad wspomnianymi zjawiskami dzisiejszego życia społecznego i współczesnej kultury; zjawiskami na pozór odległymi od sztuki oratorskiej, niewątpliwie pomocną okazać się może klasyczna teoria retoryczna, z tym jednak że – jak pisał przed niespełna trzydziestu laty Jerzy Ziomek - „aktualności retoryki należy szukać nie tylko i nie przede wszystkim w zbiorze jej sprawdzonych praktycznych wskazówek, a więc nie w jej normatywnym wyposażeniu, lecz w refleksji metodologicznej, [...]”⁹. Inaczej mówiąc, w sprawdzonym przez wieki podejściu do nowych zjawisk otaczającego nas świata i do nowego języka, nie tylko języka słów, ale i obrazów, gestów, zachowań, a więc różnego rodzaju sygnałów skierowanych do odbiorcy i wpływających na wszystkie sfery jego percepcji – na intelektualną dociekliwość, emocjonalną wrażliwość i estetyczne upodobania.

8. J. Ziomek, O współczesności retoryki, w: Teoretycznoliterackie tematy i problemy, pod red. J. Sławińskiego, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo PAN, Wrocław 1986, s. 94.

9. Ibidem, s. 100.

Beata Gaj
Uniwersytet Opolski

„LARVA RHETORICA”, CZYLI O PRZEMIANACH ROLI RETORYKI W KULTURZE SIEDEMNASTOWIECZNEGO ŚLĄSKA

Artykuł ma na celu prezentację trzech różnych łacińskich tekstów, które powstały na dawnym Śląsku w wieku siedemnastym. Wszystkie przywołane teksty ujawniają u autorów świadomość przemian retoryki w tym okresie. Pierwszy z nich, zatytułowany *Paralella morum saeculi*, opisuje przemiany świata i zarazem literatury, posługując się łacińskim pojęciem *larva*, czyli „maska”. Drugi (*Axiomata concionandi*) jest oryginalnym podręcznikiem retoryki, który proponuje zasadę rozważnej innowacji jako najważniejsze jej prawo. Wreszcie trzecie dzieło – dysputa (*Disputatio periucunda, qua Anonymus prpbare nittitur... mulieres homines non esse*), która rzekomo ma dowieść że kobiety nie są ludźmi, ukazywało retorykę jako zbiór narzędzi, których automatyczne lub nacechowane złą wolą wykorzystanie może przyczynić się do niejednego absurdu, a nawet tragedii.

„Larva rhetorica”: changes in the role of rhetoric in the culture
of seventeenth-century Silesia

The article aims to present three different Latin texts created in the Old Silesia in the 17th century. All of them reveal the authors' awareness of rhetorical transformations in this time. The first one, entitled *Paralella morum saeculi*, describes the changes of the world and the literature, using the idea of a Latin word *larva* (the mask). The second text (*Axiomata concionandi*) is the original rhetorical handbook which proposes the rule of a thought-provoking innovation as the most important rhetorical law. Finally, the last one – disputation (*Disputatio periucunda, qua Anonymus prpbare nittitur... mulieres homines non esse*) is supposed to prove that women are not the human beings. It shows rhetoric as a collection of devices which automatic or malevolent usage can lead to an absurdity or even a tragedy.

„Reguły właściwe sztuce nie są nieodwołalnymi prawami w niej odcisniętymi, które by nie mogły bądź nie powinny od czasu do czasu zostać rozważnie naruszone” (*Nam regulae atrium non sunt leges in iis incisae, quae non possint aut debeant nonnumquam prudenter violari*. Scultetus b.d. XVI/XVII w.) Powyższe słowa, które znalazły się w wydanych w Złotoryi u progu XVII wieku *Axiomata concionandi*

practica niejako przeczą tezie o wybitnym normatywizmie retoryki jako dziedziny zawężonej wyłącznie do elokucji w XVII stuleciu (Otwinowska 1984: 49). Chłonięcie kategorii i klasyfikacji retorycznych nie oznaczało działalności oratorskiej opartej na ustalonym wcześniej, niejako martwym materiale, ale często wyrażanie nowych postulatów w odpowiedzi na nowe sytuacje i zapotrzebowania. Ludzie wykształceni dzięki retoryce: literaci, nauczyciele, badacze coraz bardziej specjalizujących się nauk lub po prostu odbiorcy literatury, w tym teorii i praktyki retorycznej, mieli dużą świadomość literacką własnego i cudzego warsztatu literackiego. Szczególnie powszechna była owa świadomość retoryczno-literacka na dawnym Śląsku, co niewątpliwie miało związek z popularnością edukacji na szczeblu średnim, słynnych gimnazjów łacińskich (*Lateinschule*), które istniały już od XVI wieku w prawie każdym śląskim mieście (Budzyński 2003: 243). Świadomość przemian w retoryce, a zarazem nowych możliwości zastosowania starych, sprawdzonych retorycznych rozwiązań obecna jest w przeważającej większości powstałych wówczas na Śląsku tekstów. Mając na uwadze cel niniejszej publikacji, wybrałam trzy: dysertację ujawniającą świadomość zmian w świecie realnym i literackim, oryginalny podręcznik retoryki oraz traktat o szokującym tytule „Dysputa, w której Anonim udowadnia, że kobiety nie są ludźmi” (*Disputatio periucunda qua anonymus probare nititur mulieres homines non esse*, 1595).

Dysertacja autorstwa Caspara Dornaviusa pt. *Parallela morum saeculi* uświetniła w 1616 roku uroczystości inauguracyjne w bytomskim Schnaichianum. Autor przybliży młodym adeptom wiedzy ogrom ludzkich zbrodni i nieszczęść oraz stawia pytanie, czy tylko ta epoka jest szczególnie doświadczana, czy może w nieszczęścia obfituje każda epoka tak, jak każdej epoce właściwa jest ich zmienność. Przywołanie wszystkich okropności i niedoskonałości ludzkich, które prowokują większość wszelakich nieszczęść, stanowi nie tylko rozbudowaną machinę wyliczeń, ale przede wszystkim jest konfrontowane z potrzebą uświadomienia sobie błędów i wolą ich naprawy. Trzeba przerwać ciągłe rozpamiętywanie nieszczęść i przynajmniej próbować odwracać je dzięki własnej życiowej aktywności. W oratorskim popisie Dornaviusa ujawnia się umiejętność dostrzegania, poddawania wnikliwej ocenie przeszłości i teraźniejszości, wrażliwa inteligencja, przyswojona i dostosowana do nowych potrzeb kultura humanistyczna. Zdaniem autora nadszedł czas nowego myślenia, zmiany masek w teatrze świata. Motywy te, o rodowodzie już platońskim, były popularne w epoce baroku, kiedy podkreślano zwłaszcza ich aspekt determinizmu i pesymizmu. U Dornaviusa *larva*, czyli maska, nie jest tylko maską zbrodni i nieszczęść (*larva vitiorum*), którą należy odrzucić, ale zdaje się skrywać jakieś

lepsze „ja”. Jedną z ciekawszych koncepcji Dornaviusa jest dostrzeżenie powiązań błędów popełnianych przez świat chrześcijański z językiem, jakiego on używa. Zbytek, rozrzutność i w ogóle każde przekroczenie umiaru mają związek z używanym językiem, z formą wypowiedzi. Zarzucenie istoty rzeczy przy jednoczesnej skłonności do przesadnych efektów (*lascivire*), swoiste „dzielenie włosa na czworo”, czyli oddawanie się błahym, nieistotnym zagadnieniom (*quaestiuncula*), wreszcie oszczerstwa muszą prowadzić do wrogości (*debacchari*) i krzywd (*iniuriae*). Jedyńm ratunkiem jest poddanie własnego języka i stylu Duchowi Św. tak, jak to uczynił św. Paweł, co pozwoliło mu osiągnąć najważniejszy cel retoryki: cel perswazyjny w nauczaniu każdego narodu.

Wśród wielu siedemnastowiecznych śląskich podręczników czy kompendiów retorycznych trudno sklasyfikować „Praktyczne aksjomaty oratorskie”, z których znaczący cytat zamieszczono na początku tej wypowiedzi. „Aksjomaty” (Gaj 2007: 114 – 116) nie są bowiem ani kompendium, ani retoryką częściową, materiałową, nie stanowią chrestomatii (zbioru autentycznych bądź fikcyjnych mów, listów lub kazań), ani nie są to ułożone tematycznie lub słownikowo *copiae rerum et verborum*, a na tych określeniach wyczerpują się, podane za Barbarą Otwinowską (Otwinowska 1967: 205), przykłady *varietatis* w ówczesnej teorii i krytyce literackiej. Sto sześć „założeń wspólnych, zwanych aksjomatami” rozpatruje autor z jednej strony jako twierdzenia prawie dogmatyczne i teoretyczne, z drugiej strony poddaje je pewnemu egzaminowi praktycznemu. Na charakter praktyczny tego nietypowego poradnika wskazuje też czasownik *contionari*, który oznacza praktyczną umiejętność przemawiania. Najważniejszym celem przemawiającego ma być wypowiedź jasna, zbożna, przekonująca. *Perspicuitas*, czyli jasność wypowiedzi, jest gwarantem powodzenia perswazji. Jak nie można wprowadzać ucznia w arkana retoryki, zanim nie zaznajomi się on z gramatyką, tak nie można kogoś przekonać o słuszności swoich poglądów i agitować przed jasnym ich przedstawieniem. Abraham Scultetus wzywa w kolejnych aksjomatach do jasnej rozważnej kompozycji i ograniczeń stylistycznych tam, gdzie mogą zaszkodzić perswazji: *Concionatori dispiciendum sit, non quam artificiose, sed quam fructuose doceat*. Krytykuje także postawę mówców, którzy przede wszystkim troszczą się o to, aby nie łamać zasad danego gatunku i używać wszystkich przypisanych mu środków stylistycznych: reguły w sztuce mogą, a nawet powinny być czasem łamane dla uzyskania nowych środków, osiągnięcia nowych celów i wyzwania wraz ze zmieniającymi się okolicznościami. Opisana postawa gwarantuje bowiem żywość i barwność każdej sztuki, w tym retorycznej, przeciwdziała usztywnieniu i kostnieniu. Oczywiście łamać

zasady trzeba wyjątkowo rozważnie: *prudenter violare*. Zasada rozważnej innowacji obecna jest we wszystkich poradach Scultetusa, nawet dotyczących pronuncjacji, gdzie nawiązano prawdopodobnie do słynnego barokowego przełomu w historii muzyki, który objawił się rezygnacją z regularnego przebiegu rytmicznego kompozycji, pozyskaniem swobody rytmicznej (Chodkowski pod red. 2001: 80). Scultetus także proponuje wypowiedź zróżnicowaną co do rytmu: raz szybką, to znów wolną stosownie do zmieniających się okoliczności (*ubi res postulat*). Idea zmienności i dostrzeżenie w dotychczasowej spuściźnie retorycznej możliwości, a nawet konieczności innowacji są głównymi przesłaniami tego podręcznika, poradnika, słownika i zarazem wypowiedzi krytycznoliterackiej.

Przykładem zastosowania starych retorycznych sposobów w nowych funkcjach może natomiast być pewna dysputa (*Disputatio periucunda qua anonymus probare nititur...*) wydana w Nysie pod koniec XVI wieku, a ciesząca się powodzeniem w wieku XVII i w następnych stuleciach. Dysputa ta nosi cechy sporu przede wszystkim religijnego, budząc do dziś sporo bynajmniej nie religijnych kontrowersji, gdyż głosi rzekomo, że kobiety nie są ludźmi (*mulieres homines non esse*). Przypisano ją niegdyś, prawdopodobnie złośliwie, związanemu ze Śląskiem Valensowi Acidaliusowi, filologowi, poecie i medykowi z Brandenburgii, zaprzyjaźnionemu ze śląskimi lekarzami-poetami Casparem Cunradusem i Danielem Bucretiusem (Gaj 2010: 199 – 202). Acidalius kilka tygodni przed swą tajemniczą śmiercią powrócił do katolicyzmu. Być może więc jego śmierć miała związek z przypisanym mu pamfletem quasi-religijnym, wyśmiewającym sposób, w jaki socynianie (nazywa się ich w tekście anabaptystami) zaprzeczają boskości Chrystusa. Szczególną popularność zyskało wydanie dysputy z połowy XVII wieku w Hadze wraz z odpowiedzią teologiczną Simona Geddicusa. Oto bowiem w odpowiedzi na pamflet pewien uniwersytecki wykładowca, luteranin (który najwyraźniej nie zrozumiał idei i ironii tekstu), Simon Geddicus, opublikował swój antypamflet zatytułowany *Obrona płci żeńskiej*, który miał zbijać punkt po punkcie rzekome rozumowanie Acidaliusa czy też

Anonima.¹ Obydwa pamflety były często wydawane, ciągle z nowymi komentarzami, aż w końcu w 1647 roku pojawiła się w Lyonie drukowana wersja zatytułowana *Sur le fait que les femmes n'ont point d'âme, et n'appartiennent pas à la race humaine, comme le prouvent maint passages des Saintes Écritures*, czyli *O tym, że kobiety nie mają duszy i nie należą do rodzaju ludzkiego, jak dowodzi to w wielu miejscach Pismo Święte*. Tekst ten wzbudził zrozumiałe zainteresowanie Kościoła, a papież Innocenty X polecił umieszczenie go na indeksie dekretem z 18 czerwca 1651 roku.

We wspólnym wydaniu obu pamfletów mamy do czynienia z dwugłosem popisu retorycznego o charakterze satyrycznym (Anonim) i teologicznego kazania, którego autor (Gediccus) wydaje się nie pojmować przesłania tekstu, z którym tak zażarcie polemizuje.

Anonim za pomocą retoryki chciał wykazać, że metody argumentacji skrajnych ruchów religijnych pozwalają na udowodnienie nawet takich stwierdzeń jak to, że kobiety nie są ludźmi. Nie mówi wprawdzie wprost o synodzie w Mâcon, lecz wspomina o tym, iż anabaptyści przeczą, jakoby kobiety miały dusze.

Wobec pozornie logicznego i dowcipnego tekstu *Dysputy Obrona* Gediccusa, dedykowana m.in. także jednemu ze śląskich książąt, wydaje się bezbarwna i mdła, przeplatana inwektywami (*cave tu asine, blaspheme Diabole, non te bestiam sed bestiam multo deteriore crediderim...*), jakby bardzo emocjonalnie nastawiony teolog zupełnie nie brał pod uwagę retoryczności tekstu. Wprawdzie zamierzał odeprzeć

1. Sam Acidalius jeszcze przed swą tajemniczą śmiercią dementował swoje rzekome autorstwo kontrowersyjnego dzieła. W jednym z listów do Lipsjusza pisał o krzywdzie, jaka go spotkała, gdy pod jego imieniem wydano tak oszczercze dzieło: *Mihi iniuria magna facta est, qui perire volebam et interire [...] Utinam, utinam totum immutassent ne sub Acidalii nomine carcinoma istud legeretur!* (Acidalius 1606: LVI 156 – 160). W innym z listów znajduje się ciekawa opinia Acidaliusa na temat podobieństwa niesłusznie przypisywanego mu pamfletu do twórczości jarmarczno-sowizdrzalskiej o podłożu religijnym: *[...] haec theses inter multorum manuum diu pro theatralibus nugis iactatae in meas etiam malo fato pervenirent. Iactatas nam diu ante sane verum est inter plurimos: neque paucos et bonos et magnos et praestantes viros nominare tibi possim, qui ante annos iam aliquot undecunque primum etsi e Polonia videntur, ortas viderint, legerint, pro oblectamento hauserint, inter se mutuo communicaverint, descripserint, describi fecerint [...] quos quidam mulierosos et uxorios et effeminatos voces ego non insector [...]*. Zdaniem Acidaliusa tego typu teksty – retoryczne żarty czy też żarty z mechanicznego stosowania strategii retorycznych krążyły już wiele lat wcześniej wśród mężczyzn różnych stanów, stanowiąc rozrywkę porównywaną do kuglarskich występów, a wydaje się, że najpierw żartowano w ten sposób w Polsce. Co ciekawe, badania nad humorem staropolskim prowadzone obecnie potwierdzają utworzenie w podlubelskiej wsi przez kilku szlachciców towarzystwa prześmiewców, tzw. Rzeczypospolitej Babińskiej (*Respublica Babiensis*), powstałej około roku 1560, której główną ideą była zabawa w „państwo na opak” (Kuś 2005: 201 – 216). Podkreśla się „złożoność zjawiska” poddanego ironii państwa „babskiego, które było zarazem karnawałową satyrą i kreacją antycypowania rzeczywistości”. Charakter satyry miał także *Sejm niewieści*, utwór polskiego szlachcica Marcina Bielskiego, wydany w 1586 roku.

wszystkie tezy „diabelskiej dysputy” (*novae istius et plane Diabolicae disputationis refutationem*) metodycznie i poprawnie, brak mu jednak owej finezji łączenia logicznych paradoksów ze zdobyczami elokucji. Jego głównym celem wydaje się wykazanie, jak bardzo nikczemny jest autor pamfletu wymierzonego zdaniem Gediccusa w kobiety. Pamflet jednak i tutaj zaliczony jest do twórczości rozrywkowej: *vanissimus est nugator, qui in exordio huius anni 1595 πεκλυνόν λόγον contra muliebrem sexum in lucem edidit*. Istotę sporu Gediccus tłumaczy za pomocą bardzo pokrętnych środków filologicznych: *homo* pochodzi od *humus*, które jest bliskie *pulveris*, a stąd już tylko krok do wyrazu *terra*, który jest rodzaju żeńskiego, więc skoro *os ex ossibus* i *caro ex carne*, to kobieta musi być człowiekiem, „co było do udowodnienia” – chciałoby się dodać. Inny sofizmat z pamfletu Anonima, który zdaje się sięgać po biblijny argument, że Zbawiciel nazywa kobiety nie ludźmi, lecz psami (rozmowa z Kananejką), Gediccus tłumaczy, że i mężczyźni filozofów tak nazywano, Agamemnonowi przypisywano psią naturę, zaś św. Paweł o pseudo-apostołach mówił: *cave te canes*. Dopiero przy samym końcu antypamfletu Geddicus zdaje się dostrzegać przynajmniej, jakiego typu rozumowanie zastosowano w pamflecie. Bowiem pięćdziesiąty i ostatni argument skierowany rzekomo przeciw człowieczeństwu kobiet, sformułowano następująco: *ultimum omnium mulierum effugium: omne simile gignere sibi simile*. Skoro kobieta rodzi ludzi, to znaczy, że musiałaby być człowiekiem. Jeśli to jest prawda, to mylą się anabaptyści, którzy twierdzą, że Chrystus nie jest prawdziwym Bogiem. Ale i z takim problemem anabaptyści byłiby sobie w stanie poradzić, żartuje Anonim, bo przecież Ojciec rodzi podobnego do siebie: *Pater enim si filium genuit, deum genuit sibi similem: pater gignit sibi simile*, zaś matka to tylko narzędzie (*instrumentum*). Na tak wyraźną kpinę Gediccus reaguje znowu inwektywami wobec Anonima, który sam chce decydować, kogo obdarzać naturą ludzką, a kogo nie, podczas gdy wszyscy jesteśmy narodem Boga (*Dei genus omnes sumus*). Wreszcie jednak oburzony *defensor*-obrońca właściwego myślenia religijnego odwołuje się do retoryki i nazywa autora wrogiego kobietom pamfletu sofistą, a nawet zamieszcza przykład sofistycznego rozumowania: *sophista fallaciam committis ex Elencho: tu non es, quod ego sum, ego sum homo, ergo tu non es homo*. Stosowanie sofizmatów było zaś jednym z głównych celów pamfletu, który pokazywał i ośmieszał sposób rozumowania niektórych reformatorów religijnych, doktorów, mnożących wciąż nowe i wyjątkowe teorie jako jedyne niezbędne do zbawienia.

Jasne przesłanie, że można udowodnić każdą tezę, pokazane na przykładzie zaprzeczenia oczywistości człowieczeństwa kobiety, wzbudziło wiele kontrowersji i nie zostało właściwie zrozumiane, a mogło przyczynić się także do niejednej

osobistej tragedii (od Acidaliusa począwszy). Sowizdrzalski żart ubrany w sofistyczną argumentację, który może prowokować kontrowersje nawet współcześnie, skierowany był do odbiorcy gotowego korzystać z retoryki w nowy sposób. Rozumowanie pozornie logicznego wyводу poddane retorycznej kpinie było rodzajem wykorzystania teorii retorycznej jako żartu. Ukazywało retorykę z jednej strony jako zbiór narzędzi, których automatyczne lub nacechowane złą wolą wykorzystanie może przyczynić się do niejednego absurdu a nawet do niejednej tragedii (a taki scenariusz potwierdziło samo życie), z drugiej zaś strony ukazywało nową rolę retoryki, jako nauki zdolnej wykrywać i ujawniać różne absurdy wciąż zmieniającego się świata. O tym warto pamiętać i dziś, gdy autor dowolnego tekstu sięga po „retoryczną maskę” (*larva rhetorica*) i dostosowuje ją do własnej twarzy.

Bibliografia

Acidalius Valens (1606). *Epistolarum Centuria I, cui accesserunt: I. Epsitola Apologetica ad Clarissimum Virum Iacobum Monavium II. Oratio de vera carminis elegiaci natura et constitutione*. Edita cura Christiani Acidali Fratris, Hanoviae. Typis Wecheliani, apud Claudium Marnium et haeredes Ioannis Aubrii.

Anonim (1595). *Disputatio periucunda qua anonymus probare nititur mulieres homines non esse*. Nissae.

Anonim i Simon Gediccus (1641, 1644). *Disputatio periucunda, qua Anonymus probare nititur mulieres homines non esse: cui oppositae est Simonis Gedicci Sacros. (anctae) Theologiae Doctoris defensio sexus muliebris, qua singula Anonymi argumenta distinctis thesibus proposita viriliter enervantur*. Editio secunda. Hagae-comitis excudebat Burchornius. Biblioteka Jagiellońska. Sygn. 195 II i 196 II.

Budzyński Józef (2003). *Paideia humanistyczna, czyli wychowanie do kultury. Studium z dziejów klasycznej edukacji w gimnazjach XV-XVIII wieku*. Częstochowa.

Chodkowski Andrzej red. (2001). *Encyklopedia muzyki*. Warszawa wydanie II poprawione.

Dornavius Caspar (1616). *Parallela morum saeculi, hoc est, dissertatio, qua probatur: vitiae nostrae tempestatis, prisci item aevi fuisse; habita in illustri Bethaneo Silesiorum ad Oderam ipso inaugurationis suae die XIX Augusti anno MDCXVI*. Gorlicii.

Gaj Beata (2007). *Tradycje retoryczne na dawnym Śląsku (XVI – XVIII wiek)*. Katowice – Opole.

Gaj Beata (2010). *Ślązaczka. Pomiędzy 'rustica grossa' i 'Pallas Silesiae' – portret kobiety w literaturze łacińskiego Śląska*. Opole. Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.

Kuś Agnieszka (2005), *Rzeczpospolita Babińska. Królestwo na opak?*, [w:] *Dawne elity. Słowo i gest.*, Red. Jerzy Axer, Justyna Olko. Warszawa.

Otwinowska Barbara (1967). *Modele i style prozy w dyskusjach na przełomie XVI i XVII wieku. (Wokół toruńskiej rozprawy Fabriciusa z 1619)*. Wrocław.

Otwinowska Barbara (1984). *Wciąż nowa Minerwa*. W: *Retoryka a literatura*. Red. B. Otwinowska. Wrocław.

Scultetus Abraham (b.d. XVI/XVII). *Axiomata concionandi practica*. Goldbergae.

Michał Czerenkiewicz
Uniwersytet Warszawski

PANEGIRYZM NA SESJI RADY MIEJSKIEJ: LAUDACJA DLA HONOROWEGO OBYWATELA

Celem artykułu jest analiza laudacji poświęconej arcybiskupowi Tadeuszowi Gocłowskiemu w związku z uroczystością przyznania byłemu metropolicie gdańskiemu tytułu honorowego obywatela Sopotu. Mowa wygłoszona została 4 października 2009 roku przez Aleksandra Halla w sopockim Domu Zdrojowym. Wygłaszana podczas uroczystych okazji laudacja wybitnych postaci stanowi współczesny przykład kontynuowania dawnej, kojarzonej w powszechnym odbiorze przede wszystkim z barokiem, tradycji panegirycznej. Podmiotem wypowiadającym się w laudacji hierarchy są mieszkańcy Sopotu. Utwór przyjmuje porządek chronologiczny, w którym nacisk położony jest na dokonania arcybiskupa na niwie publicznej. Podkreślona jest rola duchownego w przemianach, jakie dokonały się w latach osiemdziesiątych dwudziestego wieku. Sam hierarcha ukazany zostaje jako człowiek zasłużony dla Wybrzeża i całego kraju oraz jako orędownik koncyliacyjnego rozwiązywania powstających w życiu społecznym sporów.

Panegyrisim during the city council meeting: a laudation
for the honorary citizen

The aim of this paper is the analysis of the laudation dedicated to the archbishop Tadeusz Gocłowski, the former ordinary of the diocese of Gdańsk. The speech was delivered in Sopot on 4th October 2009 by Alexander Hall when rev. Tadeusz Gocłowski was awarded honorary citizenship of the city of Sopot. This kind of address is a continuation of the past panegyric laudatory production, mostly colligated with Baroque. The City Council of Sopot decided to confer this honourable title in recognition of bishop's merits during the Autumn of Nations in 1989. However, in the speech the speakers are townsmen of Sopot, praising the man who helped them in the past. Rev. Gocłowski is depicted as a statesman of great merits and a strong proponent of human rights and conciliation.

W mowie *Pro Marcello* (VIII 26) Cyceron za podstawę chwały (*gloria*) uważa doniosłe zasługi wobec osób bliskich, ojczyzny i całego rodzaju ludzkiego, samą zaś chwałę za dobrą opinię (*fama*), jaką cieszy się osoba, która owe zasługi położyła. Rozgłaszanie już istniejącej bądź też kreowanie czyjejs chwały to jedna z cech utworów panegirycznych. Chwała, o której wspomina Arpinata, ma realne podstawy

w postaci wybitnych osiągnięć na rzecz innych ludzi lub dobra wspólnego. W tym kontekście utwór pochwalny jest więc wyrazem wdzięczności, cechy ze wszech miar pożądanej, jeśli przyjmuje się, że okazane *merita* były same przez się godziwe moralnie. Wdzięczność tak rozumiana staje się swego rodzaju zobowiązaniem, *officium*, którego konkretyzacją jest właśnie utwór o charakterze panegirycznym. Wiąże się z owym tekstem również pamięć (*memoria*) o wyświadczonych dobrodziejstwach, połączona często z występującą, niekiedy również samodzielnie, nadzieją na ich otrzymanie w przyszłości. Na etyczny aspekt pamięci zwraca uwagę Seneka Filozof, który

widzi w rozpamiętywaniu cudzych dla nas dobrodziejstw znaczący wkład w odwdzięczaniu się za nie, co jest obowiązkiem każdego obdarowanego, mimo iż dobroczyńca nie oczekuje spłaty zaciągniętego długu (w sensie materialnym) (Wesołowska 1998: 25).

W wypadku utworów o charakterze panegirycznym często jednak to właśnie osoba, która dokonała doniosłych czynów bądź też znajdowała się wysoko w hierarchii społecznej, wyrażała mniej lub bardziej bezpośrednio chęć uświetnienia swoich własnych dokonań stosownym utworem. Można tu przypomnieć Marka Wipsaniusza Agryppę, który prosił Horacego o poemat opiewający jego czyny wojenne. Na tę prośbę poeta odpowiedział grzecznie, aczkolwiek odmownie w swoim *carmen* (*Carmina* I 6).

Początki panegiryku rozumianego jako typ wypowiedzi o charakterze pochwalnym związane są z Izokratesem, który w 380 r. przed Chr. wygłosił mowę zatytułowaną *Panegyrikos logos*. Terminem tym określano pierwotnie w świecie helleńskim mowę wygłaszaną na okolicznościowym zgromadzeniu. Nazwa ta stopniowo zaczęła oznaczać utwór o charakterze laudacyjnym (Nixon, Rodgers 1995: 1). Wśród greckich terminów określających utwory, których główną cechą była pochwała, znalazły się również *epainos* oraz *enkomion*, pojęcia używane niekiedy zamiennie, chociaż poddawane refleksji teoretycznej i przez to rozróżniane. Elementami je różnicującymi były długość wypowiedzi oraz dbałość o ozdobne przedstawienie pochwały (Awianowicz 2004: 186). Arystoteles w *Poetyce* połączył tworzenie pochwały lub nagany z charakterem autora, a w *Retoryce* podkreślał związek pochwały z występującymi rzeczywistość lub spodziewanymi chwalonymi zaletami (Obremski 2003: 25-26). W Rzymie podstawę teoretyczną dla rozumienia panegiryku jako przykładu *genus demonstrativum* ugruntował Kwintylian. W literaturze starożytnej utwór o charakterze pochwalnym przyjmował postać wierszowaną lub prozatorską (Braund 1998: 53-58), różne też były jego nazwy w świecie rzymskim. Do najczęściej spotykanych

należą: *panegyricus*, *laudatio*, *laus*. Cyceon posługiwał się terminem *panegyricus*, wzmiankując o czwartej mowie Izokratesa (Garrison 1975: 8). Jakkolwiek modelowym wzorcem łacińskiego panegiryku jest mowa dziękczynna przygotowana przez Pliniusza Młodsze dla cesarza Trajana, starożytny panegiryk nie musiał być pisany *prosa oratione* jako tradycyjnie rozumiana mowa. Mógł bowiem przyjąć postać poezji sylwicznej lub wierszowanej epiki, by przypomnieć kolejno utwory Stacjusza poświęcone Domicjanowi oraz późnoantyczne poematy Klaudiana.

Współcześnie terminem *panegiryk* w potocznym odbiorze określa się utwór o charakterze pochwalnym, napisany często w służalczym tonie i jako taki deprecjonowany. Inne konotacje ma już termin *laudacja*, której nie przypisuje się apriorycznie serwilizmu. Definiując pojęcie panegiryku, zarówno Wilhelm Bruchnalski (Bruchnalski 1918: 198), jak i Hanna Dziechcińska (Dziechcińska 1990: 544) wskazują na obejmowanie przez tę formę wypowiedzi rozmaitych gatunków literackich. Szczególne miejsce zajmują tu tzw. utwory okolicznościowe, takie jak pisane z okazji narodzin genethliaka, tworzone na ślub epitalamia, wiersze gratulacyjne z okazji promocji doktorskiej, pochwała biskupa z okazji jego ingresu czy pogrzebowe kazania. Wskazać jednocześnie należy, że panegiryk nie musiał być związany z konkretną okolicznością życia rodzinnego, społecznego lub – jak powiedzielibyśmy dziś – zawodowego, dlatego też stawianie znaku równości pomiędzy utworami o charakterze panegirycznym a literaturą okolicznościową obarczone jest ryzykiem błędu. Dziechcińska pisze o konstytutywnej roli „postawy panegirycznej” w utworach określanych mianem panegiryków.

Uniwersalny słownik języka polskiego (2006: 29) podaje dwa znaczenia terminu panegiryzm: „przesadne wychwalanie kogoś lub czegoś, mające charakter pochlebstwa” oraz „zespół cech charakterystycznych dla panegiryków”. Głównym zadaniem panegiryzmu jako właściwości wybranych przejawów kultury jest waloryzacja określonej osoby, grupy, idei, zjawiska, niekiedy wspólnie z ich apologią. I choć wielu odżegnuje się od panegiryzmu – co stanowi właśnie topos często występujący w utworach o tego typu charakterze – niewielu jest takich, którym udaje się nie mieć styczności z różnego rodzaju panegirykami. Owa swoista, często deklaratywna, niechęć do panegiryzmu, zdaje się mieć swoje korzenie często w niewłaściwym rozumieniu istoty zjawiska, jakim jest twórczość panegiryczna oraz w akcentowaniu aberracji, jakie w życiu społecznym może za sobą nieść panegiryczna przesada. Tymczasem współczesne utwory panegiryczne traktować należy jako teksty kultury o określonej funkcji społecznej. Należy również pamiętać, że panegiryzm pojmowany jako funkcja tekstów o różnej przynależności genologicznej oraz panegiryk

rozumiany jako swego rodzaju gatunek literacki może być wyrazem więzi nadawcy komunikatu z osobą chwaloną i nie mieć nic wspólnego z negatywnymi cechami, jakie podkreślali osiemnasto- i dziewiętnastowieczni krytycy literatury panegirycznej. W powszechnym odbiorze przyjęło się łączyć panegiryzm z barokiem. Określano nawet tę epokę mianem „panegirycznej”. Jakkolwiek to utożsamienie przedmiotu badań z jedną tylko jego właściwością zostało już skorygowane na gruncie historii literatury staropolskiej, a sam panegiryk odzyskuje swoje miejsce wśród innych gatunków tamtej doby, wciąż jednak w odbiorze społecznym zdaje się istnieć silna negatywna korelacja pomiędzy przejawami panegiryzmu rozumianymi jako dalekosiężne echo „zwyradniałego” baroku, a pozytywnym nastawieniem do autora, który w swoim tekście posłużył się tą funkcją. Nasuwająca się często automatycznie konotacja baroku i panegiryzmu nie jest jednak pozbawiona słuszności, jeżeli, dokonując daleko idącej symplifikacji, a w związku z tym narażając się również na ryzyko poważnego błędu, za główną cechę dawnej epoki wspólną analizowanej funkcji uzna się przesadę, którą Grecy nazywali *pompe*.

Właśnie owa „pompatyczność” i związana z nią teatralizacja niektórych sytuacji komunikacyjnych stanowi przykład barokizacji współczesnej kultury. Panegiryzm barokowy przejawiał się często w sztukach wizualnych, dając w kulturze literackiej poczesne miejsce panegirycznej ilustracji oraz stemmatom. Pod tym względem bliski jest barokowi ten aspekt kultury masowej, który położył nacisk na wizualną formę przekazu, postępując dłuższe formy poprawnie zbudowanych wypowiedzi. W tym kontekście punkt ciężkości w panegiryzmie obecnym w kulturze popularnej przesunął się ze sfery werbalnej w kierunku niewerbalnych, przede wszystkim obrazowych przedstawień. W panegiryzmie obecnym w tzw. kulturze elitarnej wciąż dominuje jednak przekaz słowny, który wzmacniany jest oczywiście pozasłownymi środkami perswazji. Takim elementem może być również miejsce wygłoszenia laudacji: siła przekonywania mowy wygłoszonej w ekskluzywnym Domu Źdrojowym jest większa niż tej samej wypowiedzi przedstawionej chociażby w prowincjonalnej tawernie przy dźwiękach muzyki disco.

Za swoisty przejaw panegiryzmu uznać należy reklamę. Obecna w środkach społecznego komunikowania za główny swój cel stawia sobie obok informacji perswazję poprzez przedstawienie swojego przedmiotu lub – w wypadku ludzi – podmiotu w możliwie najlepszym świetle, niekiedy równocześnie z deprecjacją innych obiektów reklamy o podobnym charakterze. Cecha ta odróżnia reklamę od tradycyjnego panegiryzmu, w którym nadawca komunikatu koncentruje swoją uwagę przede wszystkim na wydobyciu bądź wykreowaniu pozytywnych cech chwalonej

osoby, rzecz, zjawiska, pojęcia. Pominąwszy w tym miejscu analizę ryzyka dehumanizacji reklamy, które występuje w wypadku postrzegania „reklamowanego” człowieka jako produktu rynkowego, należy zwrócić uwagę na stosowane w reklamie z różną częstotliwością wyróżniki panegiryzmu, takie jak amplifikacja oraz hiperbola (Kudlińska 2006). W odróżnieniu jednak od antycznej teorii utworu o charakterze pochwalnym, reklama nie ma na celu akcentowania etycznych przymiotów promowanego obiektu, co postulował Arystoteles. Nie oznacza to oczywiście, że wszystkie pisane w przeszłości utwory o charakterze pochwalnym u swoich podstaw miały rzeczywiste walory moralne chwalonych osób. Zadaniem reklamy jest przedstawienie zalet danego „produktu”, które bardzo często nie mają jakiegokolwiek umocowania w sferze etycznej.

Obok obecności panegiryzmu w sztukach wizualnych współcześnie występują również nawiązujące do dawnej tradycji gatunki literackie, w których panegiryzm stanowi dominującą funkcję. Należą do nich laudacja z okazji przyznania honorowego doktoratu czy też z racji innego wydarzenia o charakterze naukowym, jak również pochwalne kazanie pogrzebowe poświęcone zmarłemu (w dzisiejszych czasach oficjalnie nieaprobowane przez Kościół). Funkcja panegiryczna obecna może być również w tekstach o charakterze informacyjnym, takich jak wstęp do danej publikacji, zaproszenie ślubne czy też nekrolog, przede wszystkim prasowy. Przejawem panegiryzmu są również rozbudowane zwroty grzecznościowe i tytułatura monarchów oraz duchownych różnych religii. Szczególną przesłanką do kontynuowania w sferze społecznej tradycji dawnych gatunków stają się uroczystości oficjalne, do których zalicza się ceremoniał nadawania honorowego obywatelstwa danego miasta.

4 października 2009 roku honorowe obywatelstwo Sopotu odebrał emerytowany arcybiskup gdański Tadeusz Gocłowski. Podczas uroczystości, która odbyła się w sopockim Domu Zdrojowym, laudację na cześć duchownego wygłosił Alexander Hall. Uhonorowany arcybiskup jest jednym z najbardziej znanych hierarchów katolickich w Polsce. Po 1989 roku arcybiskup kilkakrotnie podkreślał konieczność nieangażowania się przez duchowieństwo po żadnej ze stron politycznego sporu, jednocześnie często zabierając głos w ważnych sprawach społecznych.

Właśnie jako człowiek koncyliacyjny, rzecznik porozumienia i pojednania został przedstawiony arcybiskup Tadeusz Gocłowski w laudacji wygłoszonej na uroczystej sesji Rady Miasta Sopotu. Zgodnie z antyczną teorią i praktyką tworzenia utworów o charakterze pochwalnym mówca mógł wybrać porządek aretalogiczny, chronologiczny lub mieszany przy przedstawianiu motywacji, które zadecydowały

o przyznaniu arcybiskupowi tytułu honorowego obywatela Sopotu. W mowie wygłoszonej przez Aleksandra Halla mamy do czynienia z porządkiem chronologicznym, a sam hierarcha zostaje ukazany głównie poprzez swoje działanie. Pochwała arcybiskupa koncentruje się wokół wydarzeń z najnowszej historii Polski, a stricte duszpasterskie zaangażowanie hierarchy ukazane jest przede wszystkim jako działalność na rzecz opozycji antykomunistycznej. Ten rys laudacji dla arcybiskupa Gocłowskiego różni ją od tradycyjnego utworu na cześć osoby duchownej, w którym podkreślane są przymioty natury moralnej oraz jej chrześcijańskie cnoty. W łacińskiej laudacji z 1617 roku dla Marcina Szyszkowskiego, biskupa krakowskiego, Szymon Starowolski obok jego zaangażowania społecznego wspominał nieobłądną pobożność (*pietatem sine fuco*), wyjątkową skromność, roztropność i sprawiedliwość – by wymienić tylko kilka zalet przypisywanych chwalonemu hierarsze (Starowolski 1617). Fabian Birkowski w kazaniu pogrzebowym Piotra Skargi nazywał kaznodzieję „ogniem”, czyniąc aluzję do imienia założyciela zakonu jezuitów oraz podkreślając gorliwość duchownego w wypełnianiu swojej powinności (Birkowski wyd. 1856).

Występujący w laudacji dla arcybiskupa Gocłowskiego podmiot zbiorowy – określony jako „mieszkańcy Sopotu” – pojawia się już w pierwszych słowach przemowy: „My mieszkańcy Sopotu, [...]”¹. Wybór takiej strategii nadawczej uprawdopodobnia wiarygodność głoszonej pochwały i jednocześnie neutralizuje ewentualne posądzenie o konotacje polityczne, które mogłoby powstać w wypadku podkreślania roli Rady Miasta Sopotu w nadaniu tytułu honorowego obywatela. To kolegialne ciało nie jest wspominane w laudacji w ogóle, dzięki czemu inicjatywa nadania honorowego obywatelstwa zaczyna nabierać walorów spontanicznej inicjatywy mieszkańców nadmorskiego kurortu. Podniosła stylizacja pierwszego zdania przywodzi na myśl początek ustawy zasadniczej Stanów Zjednoczonych, ze słynną formułą – powtórzoną przez późniejszego polskiego prezydenta w amerykańskim Kongresie w 1989 roku – „We, the People”. W tym kontekście wypowiadający się w laudacji mieszkańcy Sopotu urastają niemal do rangi „ojców założycieli” polskiej niepodległości. W ten sposób jest ukazywany również sam hierarcha, którego działania przedstawiane są jako zgodne z „najlepszymi tradycjami polskiego Kościoła”, jako że „W najlepszych tradycjach naszego Kościoła służba Bogu i Ojczyźnie zespalała się”. W zdaniu tym wskazany zostaje kolejny czynnik tożsamości podmiotu zbiorowego. Do przynależności państwowej i regionalnej dodana zostaje denominacja, która podobnie jak poprzednie wyznaczniki stanowi cechę wspólną

1. Interpunkcja została zachowana zgodnie z tekstem laudacji podanej na stronie Urzędu Miasta Sopot.

wypowiadających się w laudacji mieszkańców miasta oraz samego duchownego. Wedle słów mówcy „Biskup Tadeusz Gocłowski jest jednym z architektów odzyskanej w 1989 roku niepodległości”.

Po ogólnym ukazaniu wkładu „mieszkańców Pomorza, w szczególności Trójmiasta” oraz chwalonego hierarchy w odrodzenie się Solidarności mówca przechodzi do przedstawienia życiorysu arcybiskupa Gocłowskiego. W tym miejscu rozpoczyna się *narratio*. Inwersja zastosowana w wyrażeniu zamykającym zdanie „Urodził się w 1931 roku w Piskach na Mazowszu w patriotycznej rodzinie” amplifikuje pochodzenie duchownego. Antyczny topos szlacheckiego rodu realizowany jest również poprzez wspomnienie wychowania w domu rodzinnym, które wspólnie z osobistymi doświadczeniami rodziny i własną, młodzieńczą obserwacją w przyszłym arcybiskupie „wyrobiły [...] przekonanie, że Polska jest krajem zniewolonym, a komunizm – błędną ideologią”. Podkreślenie młodego wieku, w którym honorowy obywatel Sopotu nabrał przekonania o błędności komunistycznej ideologii, ma również za zadanie podkreślić zalety osoby chwalonej. Zgodnie z utartym współcześnie mniemaniem wiek młodzieńczy nie sprzyja bowiem racjonalnej ocenie sytuacji, natomiast przyszły hierarcha już w tym czasie potrafił dokonać właściwego rozróżnienia. Tadeusz Gocłowski jako młody ksiądz przyjmował „zasadniczą postawę moralną w kontaktach z przedstawicielami władzy”, co znalazło swe reperkusje podczas ubiegania się przez duchownego o paszport. Jako miejsca kształcenia duchownego podane zostały gimnazjum misjonarzy w Krakowie, zgromadzenia, do którego później wstąpił Tadeusz Gocłowski, Katolicki Uniwersytet Lubelski oraz rzymskie Angelicum. Panegirysta nie uwzględnił szczególnego wykształcenia honorowego obywatela miasta, poprzestając na podaniu informacji o obronie doktoratu z prawa kanonicznego na Uniwersytecie św. Tomasza. Ta „oszczędność” w pochwie okazała się jednak przemyślanym zabiegiem. Uchroniła panegirystę od potencjalnego zarzutu pochlebstwa w tym miejscu przemowy, a samemu fragmentowi laudacji odjęła wrażenie grandilo kwencji. Miejsce emocjonalnych argumentów zastąpiło przytoczenie faktów. Na ich podstawie odbiorca może sam wysnuć wnioski co do ukazujących się poprzez działanie nie tylko moralnych predyspozycji arcybiskupa, lecz także ściśle naukowej kompetencji. Po przedstawieniu drogi późniejszego arcybiskupa jako trzykrotnego rektora seminarium oraz uzyskania przez niego godności metropolity, pada stwierdzenie: „Właściwy człowiek znalazł się we właściwym miejscu” (z zastąpieniem przyminka „na” przymikiem „we”). Na patriotyzm biskupa wskazuje zdanie: „Był człowiekiem przeżywającym głęboko sprawy Ojczyzny”, określające również jego postawę jeszcze z lat pięćdziesiątych

dwudziestego stulecia.

Kolejny etap życiorysu arcybiskupa to jego rządy w archidiecezji gdańskiej. W tej części *narratio* po raz kolejny podkreślony jest związek honorowego obywatela z wypowiadającymi się w laudacji mieszkańcami Sopotu, utożsamionymi z wiernymi Kościoła. Główną zasługą ordynariusza było w tym czasie wspieranie opozycji demokratycznej: „[...] poprowadził nasz Kościół drogą dawania świadectwa prawdzie”. Przytoczona w tym miejscu parafraza ewangelicznego cytatu (por. J 18,37: „dać świadectwo prawdzie”) podkreślać ma wierne wypełnianie przez biskupa jego duszpasterskiego powołania. Mówca wskazuje jednocześnie, że działalność duchownego nie ograniczała się wyłącznie do grona ludzi wierzących. Jego zaangażowanie w pomoc opozycjonistom zobrazowane zostało poprzez metaforę niezamykających się przed nimi drzwi biskupiej rezydencji. Przekonanie biskupa, że ponowna legalizacja Solidarności stanowi konieczny warunek normalizacji sytuacji w Polsce ukazane zostało jako dalekowzroczne na tle postawy innych biskupów. Za przełomowe wydarzenie w odrodzeniu wolnego związku zawodowego mówca uznaje wizytę Ojca Świętego w 1987 roku w Polsce, a zwłaszcza w Trójmieście. Patrząc z logicznego punktu widzenia, w tej części mowy użyty został duży kwantyfikator: „Każdy kto uczestniczył w mszy świętej [...]”. Generalizacja połączona została z użyciem anafory na początku poszczególnych fraz: „nie zapomni tamtych chwil [...]”, „Nie zapomni słów papieża [...]”. Podkreślenie roli biskupa gdańskiego w organizacji tej wizyty ma za zadanie wzmocnić retoryczną argumentację. Skojarzenie ordynariusza z osobą Jana Pawła II, który „mówił o znaczeniu Solidarności”, stanowi argument z autorytetu, mający potwierdzić słuszność działań gdańskiego hierarchy w latach osiemdziesiątych.

Wizyta Ojca Świętego ukazana została jako przełomowa dla rozwoju wydarzeń na Wybrzeżu. Opisanie punktu zwrotnego, jakim była papieska pielgrzymka, skorelowane zostało w warstwie elokucyjnej z zastosowaniem ekfrazy wydarzeń z 10 maja 1988 roku. Przed oczami odbiorcy mówca rysuje grupę stoczniovców, którzy „szarpani sprzecznymi uczuciami” zdążyli po fiasku strajku w swoim zakładzie pracy do gdańskiego kościoła św. Brygidy. Skojarzenia wizualne wzmocnione zostają poprzez odwołanie się do zmysłu słuchu dzięki przypomnieniu o kościelnych dzwonach, których dźwięk towarzyszył zbliżającym się do świątyni stoczniovcom. Początkowe ambiwalentne uczucia strajkujących stopniowo przemieniały się w przekonanie, „że nie przegrali”. W kościele biskup wygłosił kazanie, w którym „w pełni dowartościował ich postawę i uwypuklił słuszność sprawy”. To właśnie słowa hierarchy, jak można wywnioskować z opisu wydarzenia, sprawiły,

że opuszczających świątynię stoczniovców powszechnie uznano za zwycięzców. Mówca pominął jednak udział księdza Henryka Jankowskiego w tamtych wypadkach, co jest zrozumiałe ze względu na wyraźnie zarysowaną w późniejszym okresie różnicę zdań pomiędzy dwoma duchownymi.

Do plastycznego i dynamizującego narrację opisu należy także zdanie: „Solidarnośćowa fala w dalszym ciągu wzbierała”. Następnie mówca podkreśla szczególną rolę gdańskiego biskupa w obradach Okrągłego Stołu. Niejako uprzedzając potencjalne zarzuty, stwierdza: „Można spierać się, co do szczegółowej oceny Okrągłego Stołu” oraz podkreśla, że dzięki osiągniętemu wówczas porozumieniu na powrót została zalegalizowana Solidarność i mogły zostać przeprowadzone czerwcowe wybory z 1989 roku. Tuż po jesieni ludów znaczenie biskupa nie zmalało, bowiem wśród dawnych opozycjonistów „cieszył się niekwestionowanym autorytetem”. Wobec narastających napięć w obozie postsolidarnościowym biskup pełnić zaczął rolę mediatora. Takiego zadania podjął się również w 2005 roku. Niepowodzenie rozmów wówczas prowadzonych zostało przedstawione przez mówcę jako wynik nieusłuchania rad arcybiskupa. Mówca ubolewa nad fiaskiem rozmów. Określając wskazówki udzielane przez hierarchę jako „mądre”, wskazuje na błędne w jego ocenie zachowanie prowadzących rozmowy „poróżnionych stron”. Jedno z retorycznych zadań mówcy, *movere*, realizowane jest w tym miejscu poprzez użycie przysłowka „niestety”, a dodatkowo wzmacniane przez skonstrastowane wyrażenia: „w wolnej Polsce” – „w trudnych czasach”.

Następny fragment laudacji ma charakter informacyjny. Mówca przypomina o otrzymaniu przez Tadeusza Gocłowskiego godności arcybiskupa oraz wymienia sprawowane przez honorowego obywatela Sopotu funkcje kościelne.

Arcybiskup przedstawiony jest jako człowiek o stałych zasadach moralnych, a przy tym jako daleki od pochopnego wydawania sądów. Z bohaterem negatywnym, za którego uznać można w tej części laudacji byłego metropolitę warszawskiego Stanisława Wielgusa, zestawiony jest arcybiskup Tadeusz Gocłowski, który nie wziął udziału w ingresie nowo mianowanego ordynariusza archidiecezji. Zarysowany przez mówcę podział na dwa oblicza polskiego katolicyzmu uwidacznia się również w pochwie krytycznego nastawienia arcybiskupa Gocłowskiego wobec politycznych audycji Radia Maryja. Jako koroborację tego argumentu mówca wskazuje fakt, że arcybiskup Gocłowski należy do nielicznego grona pośród „czołowych przedstawicieli Episkopatu Polski”, które jednoznacznie odcina się od zaangażowanych politycznie audycji toruńskiej rozgłośni. Warto jednak nadmienić, że o ile negatywne nastawienie gdańskiego hierarchy do kwestii objęcia archidiecezji warszawskiej

przez arcybiskupa Wielgusa i niewzięcie przez arcybiskupa Gocłowskiego udziału w ingresie wspomnianego duchownego spotkało się z pozytywnym przyjęciem w niektórych kręgach kościelnych, tak wśród wiernych, jak i wśród „szeregowych” księży i alumnów, o tyle argument przytaczany przez mówcę o dystansowaniu się duchownego od politycznych audycji toruńskiej rozgłośni w tych samych środowiskach religijnych mógłby zostać odebrany jako antistrefon (Szymański: 2002). Mówca jednak nie popełnił błędu, używając wspomnianego argumentu, ponieważ jego przemówienie skierowane było do samego uhonorowanego arcybiskupa, jak i do radnych, z których większość reprezentowała podobne, co arcybiskup, poglądy. Podkreślenie dość rzadkiej postawy emerytowanego metropolity na tle episkopatu stanowi paralelizm do wspomnianego wcześniej podobnego zjawiska z lat osiemdziesiątych XX stulecia, kiedy to „nie wszyscy biskupi” wierzyli w odrodzenie się Solidarności.

Autorytet arcybiskupa Gocłowskiego wzmacniany jest przez mówcę poprzez przypomnienie zaangażowania metropolity w przygotowanie Mszy św. odprawionej przez Jana Pawła II w 1999 roku w Sopocie. W laudacji po raz kolejny honorowy obywatel miasta zestawiany jest z największym współczesnym mu autorytetem moralnym chrześcijaństwa.

Kolejne przypomnienie papieskich wizyt na Wybrzeżu należy już do *peroratio* laudacji, która kończy się słowami:

Honorowe obywatelstwo Sopotu nie mogło być przyznane godniejszej postaci: wielkiemu Polakowi, człowiekowi Pomorza i Solidarności, kapłanowi i obywatelowi Rzeczypospolitej: Jego Ekscelencji arcybiskupowi gdańskiemu Tadeuszowi Gocłowskiemu.

Całe zdanie otwierane jest za pomocą *argumentum ad vanitatem*, nieodzownego w utworach panegirycznych. Na płaszczyźnie składniowej mamy następnienie do czynienia z paralelnie wprowadzanymi antonomazjami, które wyjaśnione zostają w ostatniej frazie zdania. W połączone bezspójnikowo zestawienie szeregów stanowiących określenia duchownego wpisana zostaje gradacja a *minore ad maius* przydawek rzeczownych w obrębie grup nominalnych: Pomorze – Solidarność – Rzeczpospolita.

Analizując styl laudacji dla arcybiskupa Gocłowskiego, zwrócić należy uwagę, że jest to styl średni, pozbawiony skrajnej egzaltacji typowej dla wielu dawnych panegiryków. W mowie wyróżnić można jednak elementy stylu wysokiego – np. w zakończeniu, i niskiego – w partiach tekstu, których prymarną funkcją jest

funkcja informacyjna. W okolicznościach, w jakiej wygłaszana jest omawiana laudacja, umiarkowanie w użyciu retorycznych figur i tropów czyni przekaz mówcy wiarygodniejszym. Jest również bardziej dopasowane do charakteru podmiotu zbiorowego – mieszkańców Sopotu. W analizowanej mowie również nie występuje charakterystyczny dla dawnych utworów pochwalnych topos afektowanej skromności (Curtius 2009: 90-92; Dąbrowski 1965: 105-106). Wręcz przeciwnie, ujawniający się kilkakrotnie podmiot zbiorowy świadomy jest swojej roli w najnowszej historii Polski. Szczątkowa obecność lub wręcz zanik autodeprecjacji panegirysty we współczesnej laudacji stanowi jeden z jej charakterystycznych rysów. O wiele rzadziej pojawiają się również porównania do wybitnych postaci historycznych lub mitologicznych. Występująca w każdym utworze o charakterze pochwalnym hiperbola odznacza się w laudacji dla arcybiskupa Gocłowskiego mniejszą częstotliwością występowania w porównaniu z panegirykami dawnymi. Rzadsze użycie wyolbrzymienia skutkuje w sferze ozdobności bardziej zbliżonym do stylu prostego językiem. Konstrukcja podmiotu jako zbiorowości oraz ukazanie zaangażowania biskupa w sprawy kraju zbliża laudację do antycznych panegiryków wygłaszanych w imieniu mieszkańców danej prowincji podczas cesarskiej wizyty, *adventus*. Panegirysta reprezentujący mieszkańców danego regionu przedstawiał władcy aktualne problemy prowincji. Do tego typu utworów należy anonimowy panegiryk dla Konstantyna ze zbioru *Panegyrici Latini*, wygłoszony przez retora z Autun w 311 roku (Nixon, Rodgers 1995: 255-256). Jego autor na początku swej mowy przedstawiał siebie jako wyraziciela powszechnej wdzięczności wobec cesarza. Motyw powszechnej zgodności (*consensus omnium*) często wykorzystywany był w panegirykach wygłaszanych przed cesarzem lub jego wysokiego rangą urzędnikiem (Aune 2006: 114-115).

W powstaniu laudacji dla arcybiskupa Gocłowskiego dopatrzeć się można specyficznej formy mecenatu. Jego istnienie walcie przyczyniło się do rozwoju panegiryzmu w kulturze staropolskiej (Bieńkowski 1980: 185), było również impulsem do podejmowania tego rodzaju twórczości także w innych epokach. Jakkolwiek w odniesieniu do sytuacji komunikacyjnej, w jakiej przygotowana i wygłoszona została mowa pochwalna dla arcybiskupa – honorowego obywatela Sopotu, nie można mówić o bezpośrednim przeniesieniu wzorców mecenatu literackiego do współczesnych realiów, niemniej jest uzasadnione mówienie o charakterystycznym rodzaju patronatu. Jak można wywnioskować z treści laudacji, wypowiadający się w niej podmiot zbiorowy wielokrotnie doświadczał pomocy ze strony chwalonego hierarchy, a i obecnie otrzymuje on wsparcie moralne od uhonorowanego arcybiskupa. W tym świetle wdzięczność wynikająca z uzyskanych w przeszłości dobrodziejstw

oraz dokonań duchownego, odczytywanych przez autorów laudacji jako zasługi (*merita* i *beneficia* występują niekiedy w łacinie synonimicznie), poczytać można za główną przyczynę przyznania arcybiskupowi zaszczytnego tytułu i napisania analizowanej laudacji.

Bibliografia

- Aune, David Edvard (2006), *The Influence of Roman Imperial Court Ceremonial on the Apocalypse of John* w: D. E. Aune, *Apocalypticism, Prophecy and Magic in Early Christianity: Collected Essays*, Tübingen, Mohr Siebeck, s. 99-119.
- Awianowicz, Bartosz (2004), *Pochwała – enkomion – panegiryk. Glosa terminologiczna na marginesie książki Jakuba Niedźwiedzia „Nieśmiertelne teatru sławy”*, „Barok. Historia – Literatura – Sztuka”, XI/1 (21), s. 185-193.
- Bieńkowski, Tadeusz (1980), *Panegiryk a życie literackie w dawnej Polsce* w: *Z dziejów życia literackiego w Polsce XVI i XVII w., Studia staropolskie*, t. XLVIII, red. H. Dziechcińska, Warszawa, Ossolineum, s. 183-196.
- Birkowski, Fabian (wyd. 1856), *Na pogrzebie wielbnego ojca x. Piotra Skargi, teologa Societatis Jesu (28 września 1612 r.)* w: *Sześć kazań księdza Fabiana Birkowskiego zakonu kaznodziejskiego*, wyd. K. J. Turowski, Sanok, Karol Pollak, s. 60-94.
- Braund, Susanna Morton (1998), *Praise and Protreptic in Early Imperial Panegyric: Cicero, Seneca, Pliny* w: *The Propaganda of Power: the Role of Panegyric in Late Antiquity*, ed. by Mary Whitby, Leiden, Boston, Köln, Brill Academic Publishers, s. 53-76.
- Bruchnalski, Wilhelm (1918), *Panegiryk* w: *Dzieje literatury pięknej w Polsce*. Cz. II, t. XXII, pars 2, opr. S. Tarnowski, W. Bruchnalski, T. Sinko, B. Chlebowski, A. Bruckner, I. Chrzanowski, J. Kallenbach, W. Hahn, B. Gubrynowicz, K. Wojciechowski, M. Mann, T. Grabowski, J. Trebiak, Kraków, Nakładem Akademii Umiejętności, s. 198-208.
- Curtius, Ernst Robert (wyd. 2009), *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, przeł. A. Borowski, Kraków, TAIWPN Universitas.
- Dąbrowski, Stanisław (1965), *O panegiryku*, „Przegląd Humanistyczny” 1965, 3, s. 101-110.
- Dennis, George T. (2004) *Imperial Panegyric: Rhetoric and Reality* w: *Byzantine court culture from 829 to 1204*, ed. H. Maguire, Washington, s. 131-140.
- Dziechcińska, Hanna (1990), *Panegiryk* w: *Słownik literatury staropolskiej (średniowiecze – renesans – barok)*, red. T. Michałowska przy udziale B. Otwinowskiej, E. Sarnowskiej-Temeriusz, Wrocław – Warszawa – Kraków, Ossolineum, s. 544-547.
- Garrison, James D. (1975), *Dryden and the Tradition of Panegyric*, Berkeley-Los Angeles-London, University of California Press.
- Kudlińska, Halina (2006), *Hiperbolizacja jako konwencja retoryczna w dyskursie reklamowym* (na materiale języka polskiego i rosyjskiego): <http://www.samgum.ru/UserFiles/File/Kudlinska.doc> (dostęp 11 XI 2011).

Lausberg, Heinrich (wyd. 1998), *Handbook of literary rhetoric: a foundation for literary study*, przeł. M. T. Bliss, A. Jansen, D. E. Orton, wyd. D. E. Orton, R. Dean Anderson, przedm. G. A. Kennedy, Leiden, Brill.

Nixon, Charles Edwin Vandervord, Rodgers, Barbara Saylor (1995), *In Praise of Later Roman Emperors. The «Panegyrici Latini»*, introduction, translation, and historical commentary C.E.V. Nixon and Barbara Saylor Rodgers With Latin Text of R.A.B. Mynors, California, University of California Press.

Starowolski, Szymon (1617), *Eucharisticon illustrissimo ac reverendissimo domino, domino Martino Szyszkowski, episcopo Cracoviensi, duci Severiensi, cancellario Academiae Cracoviensis amplissimo a Simone Starowolscio factum dicatumque in primo episcopatus sui ingressu*, Cracoviae, officina Lazari.

Szymański, Mikołaj (2002), *Ab ovo*, Warszawa, Iskry.

Uniwersalny Słownik Języka Polskiego PWN (2006), P-S, red. S. Dubisz, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.

Wesołowska, Elżbieta (1998), *Pamięć w rozważaniach Seneki Filozofa*, „Eos” LXXXV, s. 23-33.

http://www.sopot.pl/eGmina/pl/cityzone/O_Sopocie/Honorowi_obywatele/modules/events/0007.html#top (dostęp 14 X 2011).

<http://www.dziennikbaltycki.pl/wiadomosci/169716,sopockie-honory-dla-arcybiskupa-ta-deusza-goclowskiego,id,t.html?cookie=1> (dostęp 16 X 2011).

Oliwia Tarasewicz-Gryt
WSZ „Edukacja” we Wrocławiu

PRZESZŁOŚĆ JAKO KONSTRUKT KULTUROWY. OBRAZY REWOLUCJI I KOMUNIZMU W SŁUŻBIE PERSWAZJI

Artykuł jest analizą sposobu wykorzystania motywu rewolucji i odniesień do komunizmu w reklamie. Autorka stawia hipotezę, iż w reklamie rewolucja stanowi metaforę przełomu, innowacji itd. Rekwizyty historyczne funkcjonują jako metonimie, przywołując popularne wyobrażenia o rewolucji. Przeszłość potraktowana jest instrumentalnie, zaś najistotniejszą kategorią temporalną stanowi teraźniejszość. Autorka wskazuje na powody wykorzystywania motywu rewolucji i komunizmu. Są to pokrewieństwo języka (i estetyki) reklamy i propagandy komunistycznej i rewolucyjnej; komizm służący pozyskaniu przychylności odbiorcy; obfitość skojarzeń z pojęciem rewolucja, którego elementy można dowolnie modelować na potrzeby perswazji oraz powszechna rozpoznawalność rekwizytów rewolucji.

The past as a cultural construct. Images of a revolution
 and communism in the service of persuasion

In the paper the author analyses the motif of a revolution and the reference to communism in advertisements. The author hypothesizes that revolution is a metaphor of breakthrough, innovation etc. The historical images serve as metonymical recall of a popular concept of a revolution. The past is treated instrumentally and the most important temporal category is the temporal present. The author points out the reasons for using motifs of a revolution and communism. There are the similarities of language (and aesthetic) of advertisements and communist or revolutionary propaganda; humor used to gain favor; abundance of associations of the notion of a revolution and a widespread recognition of props related to the revolution.

Reklama to przekaz o skondensowanej formie, którego nadrzędnym celem jest perswazja. Odbiorca powinien zatem zinterpretować go zgodnie z intencją nadawcy, którego rolą jest takie skonstruowanie przekazu, by był jednoznaczny i zrozumiały, a użyte argumenty akceptowane przez odbiorcę. Komunikacja wymaga więc od uczestników znajomości kulturowych kontekstów, stanowiących obszar „wiedzy wspólnej”. Dostarcza on argumentów, z których buduje się przekaz. Reklama czerpie z niego z dwóch powodów. Po pierwsze: z racji niewielkiego rozmiaru komunikatu,

nie ma w reklamie miejsca na błędne odczytanie, zatem wszystkie elementy muszą być łatwe do zidentyfikowania. Po drugie: przywołanie motywu, obrazu lub hasła, wywołującego ciąg konotacji i zasygnalizowanie tych konotacji, zapewnia pożądaną w reklamie oszczędność środków. Najczęściej dzieje się to przy użyciu metonimii, pozwalającej na mówienie o przedmiocie poprzez wskazanie na przedmiot inny, lecz będący z nim w relacji przyległości (Ziomek 1984: 189). Wspólnie dzielone przekonania umożliwiają perswadowanie za pomocą aluzji, entymematów (w których pewne przesłanki pozostają ukryte, bowiem wydają się oczywiste), wspomnianej metonimii i innych, bardziej skomplikowanych figur, np. gier słownych i znaczeniowych. Przyjmujemy zatem, że reklama operuje elementami wspólnej wiedzy, poglądów i przekonań, znanych, rozumianych i akceptowanych przez grupę docelową, którą nazwiemy publicznością.

W analizowanych poniżej reklamach pojawiają się dwa odniesienia do historii: motyw rewolucji i motyw związany z ustrojem socjalistycznym i komunizmem. Ich pojawienie uwarunkowane jest wyłącznie celem komunikatu. Są elementami retorycznych zabiegów, służących uatrakcyjnieniu przekazu i przekonaniu odbiorcy. Ani rewolucja, ani komunizm nie są tutaj ważne, jako pewne istotne fakty historyczne lecz jako pewne konstrukty kulturowe. Nie zostały wykorzystane jako element polskiego kulturowego dziedzictwa. Przeważnie nadawcy nie mają nawet na myśli żadnej konkretnej rewolucji, operują stereotypem, wydobywając z niego wybrany aspekt w celu perswazyjnym.

1. Cztery zależności

Kluczowe pojęcia, którymi będę posługiwać się w tym artykule to: kultura, retoryka, reklama i czas. Wyjaśnię pokrótce, w jaki sposób postrzegam relacje pomiędzy tymi elementami. W tym celu przedstawię cztery zależności: pomiędzy kulturą i retoryką, reklamą a kulturą, reklamą a retoryką i kulturą a czasem.

Zakładam, że kultura i komunikacja są ze sobą nierozzerwalnie związane, a mówienie o kulturze jest jednocześnie mówieniem o komunikacji – i odwrotnie (Fiske 1999: 16). Relacja pomiędzy kulturą (i komunikacją) a retoryką została przedstawiona powyżej: argumenty buduje się w oparciu o kulturowo dziedziczone, powszechne mniemanie. Są odnajdywane, nie wymyślane (Ziomek 2000: 9).

Relację pomiędzy reklamą a kulturą można scharakteryzować następująco: analiza przekazów reklamowych dostarcza informacji na temat kontekstu kulturowego, w jakim zostały osadzone. Obserwujemy ciągły rozwój i przekształcenia

w obrębie komunikatów reklamowych, gdyż w wyniku przesytu tą formą promocji, twórcy starają się je uatrakcyjnić, wykorzystując nowe media i technologię. Przyjmując założenie, że skuteczna reklama musi w szczególności sposób uwzględniać poglądy i uwarunkowania odbiorców, uznają, że reklamy odzwierciedlają sposób myślenia odbiorców, współczesne przekonania na temat podstawowych wartości, używany język, sposób spędzania czasu, styl życia itd., zgadzając się z Marshalllem MacLuhanem:

Pewnego dnia historycy i archeologowie odkryją, że reklamy naszych czasów są najbogatszym i najwierniejszym odzwierciedleniem życia codziennego i wszelkich czynności ludzkich, jakie pozostawiło po sobie jakiekolwiek społeczeństwo. Pod tym względem hieroglify egipskie nawet nie umywają się do reklam (McLuhan 1975: 126).

Kolejna z istotnych relacji to ta, która łączy reklamę i retorykę. Reklama jest w ujęciu retorycznym zabieganiem o przychylność odbiorcy (*captatio benevolentiae*). Zmierza do osiągnięcia porozumienia (*consensus*), polegającego na tym, że odbiorca i nadawca, wyposażeni w podobne doświadczenie kulturowe, są dzięki odpowiednim zabiegom przekonywani co do słuszności sprawy. Nadawca jedynie odnajduje, nie zaś tworzy lub wymyśla, argumenty, rozumiane jako idee i sposoby ich wyrażania. Poddawanie reklam retorycznej analizie ma swoją tradycję, poczynając od studium Rolanda Barthesa dotyczącego retoryki obrazu (Barthes 1985). Barthes umożliwił włączenie do analizy warstwy wizualnej komunikatu, przyjmując, że figury retoryczne stanowią formalne relacje pomiędzy elementami językowymi, audialnymi i wizualnymi. Wizualną retoryką reklamy zajmował się z semiotycznej perspektywy także Umberto Eco (1996). Związki reklamy z retoryką opisywał też Jakub Z. Lichański (1994), wskazując na wspólny element obu obszarów – przekonanie o czymś poprzez odwołania do stereotypów, konwencji i toposów.

Przypomnijmy, że tradycyjną mowę tworzy się w pięciu etapach (*inventio, dispositio, elocutio, memoria i actio*). *Inventio* jest tym stadium pracy nad komunikatem, w którym dobiera się argumenty. W reklamie „inwencji” pracowników kreatywnych agencji reklamowej towarzyszą szczegółowe badania, których celem jest dokładne określenie typu odbiorcy i dopasowanie odpowiednich argumentów do publiczności. Jeśli chodzi o kompozycję (*dispositio*), mowa składa się z kilku części. Badacze wyodrębniają *exordium*, czyli wstęp, mający wzbudzić zaufanie odbiorcy względem przekazu (Ziomek 2000: 73). Po nim następuje *narratio*, czyli przedstawienie stanu rzeczy, wyjaśnienie sprawy, po niej argumentacja i dowodzenie – z faktów lub z przykładów. W komunikacie reklamowym, najczęściej operującym

przekazem zarówno werbalnym, jak i niewerbalnym trudno mówić o częściach mowy, gdyż stapiają się w jedno, przenikają, pełniąc różne funkcje. Odbiór cechuje pewna jednoczesność, narracja nie rozwija się w czasie jak w przypadku wygłoszonej mowy. Funkcję *exordium* pełni nierzadko obraz, mając za zadanie przyciągnąć uwagę i zapewnić przychylność odbiorcy (np. dzięki wyjątkowej estetyce, zaskoczeniu lub komizmowi), wprowadza też odbiorcę od razu *in medias res*. Obraz może pełnić też funkcję przedstawienia stanu rzeczy (*narratio*) i/lub dowodu.

Reklama stosuje oba wspomniane wcześniej typy dowodzenia – zarówno z faktów, jak i przykładów. Dowodząc z faktów, prezentuje wyniki badań, potwierdzające jakość produktu itp. Częściej jednak posługuje się dowodzeniem z przykładów, gdyż daje ono twórcom więcej pola do popisu i sprawia, że reklama jest atrakcyjniejsza dla odbiorcy. Wykorzystuje się zatem rozmaite scenki i obrazy funkcjonujące jako przykład (*exemplum*).

W omawianych poniżej komunikatach reklamowych funkcję *exemplum* pełnią obrazy przeszłości. Aby je przywołać, nadawcy reklam dokonują dwóch operacji. Po pierwsze: porównują dwa niezwiązane ze sobą przedmioty/pojęcia – rewolucję i reklamowany produkt, wykorzystując wybrany aspekt, wspólny dla obu elementów (Black 1971). W omawianych przykładach jest to „przełomowość”, „innowacyjność”, „wyjątkowo niska cena” itd. Nadawca odnajduje podobne tym elementom pole znaczeniowe, stanowiące często dość odległą konotację. Wyjątkowo niska cena nie kojarzy się z rewolucją, trzeba uruchomić szereg konotacji, by znaleźć wspólny obszar znaczeniowy i zrozumieć określenie „rewolucyjne ceny”. Dochodzi tutaj do „przełączania kodów” (Eco 2009: 299-303), polegającego na tym, że „ograniczenia kontekstowe i sytuacyjne częstokroć ulegają przełączaniu i mapują na siebie, a rozmaite zwarcia (...) tworzą nagłe i nieprzewidywalne połączenia” (Eco 2009: 300).

Druga operacja, jakiej dokonują nadawcy, to przywoływanie tej metafory w przekazie. Produktom nadaje się „wymiar rewolucyjny” za pomocą cytatów, rekwizytów i atrybutów, funkcjonujących jako metonimie. W tym miejscu wyjaśnić należy używane pojęcia. Relację pomiędzy metaforą a metonimią sformułował już Roman Jakobson (1956), mówiąc, że ta pierwsza wynika z procedury zastąpienia przez podobieństwo, ta druga zaś – przez przyległość pojęć A i B. Rewolucja w reklamie jest metaforą, budowaną dzięki pewnemu podobieństwu (np. wyprzedaż jest rewolucyjna dzięki swej „gwałtowności”, produkt jest rewolucyjny dzięki innowacjom, czyniącym go przełomowym). Metaforę tę przywołuje się za pomocą metonimii. W warstwie werbalnej są to najczęściej nawiązania do stylu rewolucyjnych lub komunistycznych haseł propagandowych. W warstwie wizualnej to przeważnie

rekwizyty: sztandary, transparenty, wizerunki przodowników pracy i wszelkie inne stylizacje komunikatu. Rezygnuję tutaj z rozróżnienia pomiędzy metonimią a synekdochą, choć zgodnie z zasadami klasycznej retoryki relacja pars pro toto jest właśnie synekdochą. Przyjmuję, że są to chwytły pokrewne a często trudno jednoznacznie rozstrzygnąć, jaki charakter ma relacja dwóch pojęć, dlatego zamiast mówić o „metonimii z synekdochą”, pozostaję przy terminie „metonimia” (Ziomek 1984, Eco 2009), pomimo iż – jak pisze Eco – rozstrzygnięcie takie zubaża klasyfikację tradycyjną (Eco: 297). Zakładam, że istota relacji dwóch pojęć na poziomie semantycznym nie ma tutaj aż tak dużego znaczenia, a ponieważ metonimia jest pojęciem ogólniejszym, stosuję je dla jasności wyводу.

Jest jeszcze jeden istotny, a pominięty tutaj trop – symbol. Jest nim dla rewolucji choćby sztandar czy kolor czerwony. Pomijam go, ponieważ nie rozpatruję w niniejszym opracowaniu relacji pomiędzy rewolucją a jej reprezentacjami, mówiąc raczej o funkcjonalnym wykorzystaniu tych reprezentacji w komunikacie reklamowym. Moja hipoteza jest taka, że reprezentacje te mają za zadanie odwoływać się do pierwotnej metafory – rewolucji i są jej częściami (będąc niejako przy okazji także symbolem), funkcjonując w obrębie komunikatu reklamowego jako metonimia – element przywołujący większą całość.

Ostatnią interesującą nas relacją jest związek kultury z czasem. Czas to abstrakcyjna kategoria, zatem sposoby jego oznaczania, mierzenia i pojmowania różnią się w poszczególnych kulturach. Jest to uwarunkowane sposobem życia i mentalnością społeczeństw. Na fakt, iż czas pełni w kulturze rolę fundamentalną, zwraca uwagę Elżbieta Tarkowska w socjologicznym szkicu poświęconym przemianom w społeczeństwie ponowoczesnym (Tarkowska 1999). Jej zdaniem większość zjawisk zachodzących w społeczeństwie ma wymiar temporalny, a pojawianie się nowych fenomenów pociąga za sobą zmiany w podejściu do czasu, przekształcając czasową organizację życia codziennego. Podobnie jak McLuhan pisał o roli reklam w rekonstrukcji przeszłości, Tarkowska wypowiada się na temat temporalności, twierdząc iż refleksja nad tym, jak zmienia się pojmowanie czasu, prowadzi do odsłonięcia kluczowych zjawisk współczesności (1999: 351). Twierdzi, że rekonstrukcje sposobów doświadczania i percepcji czasu stanowią konstytutywny element analizy kultur i społeczeństw a analizy struktur czasu, rytmu, tempa, stosunku do przeszłości i przyszłości stały się uprawnionym i często stosowanym sposobem mówienia o kulturze współczesnej i jej charakterystycznych cechach, a także o przemianach cywilizacyjnych i ich konsekwencjach (1999: 343).

Reklamy, w których widoczny jest sposób pojmowania czasu, czyli np. stosunek

ludzi do przeszłości i przyszłości czy tzw. metafory pojęciowe odzwierciedlające pojmowanie czasu, np. „czas to pieniądz” (Lakoff, Johnson 1988) niejako podwójnie ogniskują w sobie informacje, charakteryzujące kulturę, w której funkcjonują. Ze zbioru „wiedzy wspólnej” nadawcy wybierają bowiem te „wspólnie dzielone przekonania”, które dotyczą czasu, czyli czynnika silnie determinowanego przez daną kulturę.

Kiedy baczniej przyjrzymy się dyskursowi reklamowemu, dostrzeżemy w nim przewartościowania, jakie dokonywały się w ostatnich latach w postrzeganiu zjawisk związanych z czasem. Po rewolucji kulturowej i cywilizacyjnej z przełomu XIX i XX wieku, związanej m. in. z wynalezieniem telefonu, telegrafu czy radia, zmieniających odczuwanie czasu i przestrzeni oraz elektryczności, która częściowo zniosła podział na dzień i noc, pod koniec XX wieku nastąpił kolejny przełom, przynosząc coraz szybsze środki transportu i rozwój mediów, zwłaszcza Internetu, który spowodował kolejne zmiany w podejściu do czasu i przestrzeni.

Tarkowska używa określenia „ponowoczesność” na określenie okresu współczesnego jej badaniom (II połowa lat 90. XX w.), twierdząc, że kryterium odróżniania nowoczesności od ponowoczesności stanowi stosunek społeczeństw do czasu: przeszłości, terażniejszości i przyszłości. W ponowoczesności doszło do odrzucenia linearności czasu, zmieniło się podejście do trwania i przemijania, wieczności i zmienności, ciągłości i nowości (1999: 346). Istotna jest także koncepcja dominacji terażniejszości: w wyniku specyficznego wartościowania przyszłości, przeszłości i terażniejszości rośnie rola tej ostatniej. Jej ekspansywność polega na próbach pochłonięcia na własny użytek zarówno przeszłości, jak i przyszłości. Przyszłość jest niepewna i trudno nad nią zapanować, więc z obawy przed nią człowiek koncentruje się na terażniejszości a najpełniejszy wyraz zyskuje to w planowaniu, rozumianym jako próba oswojenia przyszłości. Także przeszłość została podporządkowana terażniejszości. Zdaniem Tarkowskiej jest wykorzystywana głównie w celach politycznych, jako lekcja historii, kapitał polityczny i źródło legitymizacji. W handlu, reklamie, polityce czy sztuce stosuje się rekwizyty przeszłości nie po to, by służyły wzbogacaniu świadomości historycznej, lecz by urozmaicały jednowymiarową, beczasową terażniejszość. Jako przykład komercjalizacji przeszłości i wykorzystania jej w handlu autorka podaje reklamę samochodów Daewoo ze stycznia 1996 roku, rozpoczynającą się słowami: „Histo... rozumiemy się w pół słowa”, mówiącą o podobieństwach w historii Polaków i Koreańczyków. W reklamie tej wykorzystano fakt, iż „Mniej niż pół roku dzieli powrót Piłsudskiego z Magdeburga (listopad 1918) od Koreańskiej Deklaracji Niepodległościowej”, gdzie bliskość czasowa

zdarzeń – odzyskania niepodległości przez oba kraje, miałyby stanowić podstawę porozumienia.

Opisywane wyżej zjawiska znajdują potwierdzenie w reklamie, gdzie wydarzenia historyczne traktowane są w sposób instrumentalny: dostarczają rekwizytów, pozwalają na budowanie przykładów, metafor i metonimii w oparciu o sztucznie stworzone związki pomiędzy produktem a wydarzeniem historycznym. Było to doskonale widoczne w 2004 roku, w kampanii piwa Tyskie pt. „Tyskie ma 375 lat”. Cykl reklam skonstruowano wokół relacji pomiędzy utworzeniem marki Tyskie a wydarzeniami, takimi jak wynalezienie telewizora, żarówki, zesłanie Napoleona na Wyspę Świętej Heleny itd. Slogany powielały schemat: „Kiedy nastąpiło wydarzenie X, Tyskie miało X lat”. Służyło to wyłącznie umiejscowieniu marki produktu na „osi czasu” i obrazowemu ukazaniu abstrakcyjnego pojęcia „tradycja”.

2. Instrumentalne traktowanie wyobrażeń o przeszłości

Dominującą kategorią w reklamie jest teraźniejszość, ponieważ to w niej funkcjonuje reklamowany produkt. Przeszłość i tradycję przeważnie waloryzuje się pozytywnie, jednak wydarzenia prezentowane są często wybiórczo, w sposób niespójny. Szczególnie istotna wydaje się tu koncepcja amerykańskiego krytyka kultury Fredrica Jamesona (1997: 198-200), dotycząca pojmowania czasu i waloryzowania przeszłości. Jameson uważa przeszłość obecną we współczesnym dyskursie za pewnego rodzaju konstrukt kulturowy. Analizując tzw. filmy nostalgiczne, charakteryzujące się stylizacją retrospektywną, dochodzi do wniosku, iż w filmach tych, dzięki zastosowaniu odpowiednich środków stylistycznych (np. detali) „z epoki”, stworzony został określony klimat, zacierający różnice czasowe. Faktycznie rozgrywają się one w teraźniejszości. Rekwizyty przeszłości nie odnoszą się tak naprawdę do przeszłości, lecz do jej przedstawień, obecnych w innych przekazach. Są zatem wyłącznie metaodniesieniami. Jameson stwierdził, że ich nagromadzenie spłaszcza i wyjaławia treść przekazu. W konsekwencji filmy te przedstawiają jedynie nasze wyobrażenia o innych epokach (Jameson 1997: 199)

Teorię Jamesona można zaadaptować na grunt retoryczny i zastosować do opisu zjawisk obserwowanych w reklamie. Hipoteza, którą zamierzam udowodnić jest taka, że przeszłość jest w reklamach „kulturowym przedstawieniem” i została podporządkowana teraźniejszości, która reinterpretuje minione wydarzenia, nadając im nowe sensy. Kluczową dla reklamy jest teraźniejszość. Przeszłość przywołuje się najczęściej za pomocą metonimii – rekwizytów. Krytykowana przez Jamesona

płaskość i jałowość przekazu jest czynnikiem pożądanym, upraszcza bowiem odbiór i pozwala na dotarcie do szerokiej publiczności.

Analizowanym motywem historycznym jest rewolucja, będąca w reklamie najczęściej metaforą przełomu, podkreśleniem innowacyjności produktu, wyjątkowości ceny. Jest także źródłem komizmu. Bywa, że motywy rewolucyjne wpisują reklamę w kalendarz wydarzeń społecznych i w ten sposób wykorzystanie wydarzeń z przeszłości podkreśla aktualność oferty.

3. Rewolucja w reklamie

Rewolucja to gwałtowne zmiany społeczne lub naukowe. W reklamie rewolucja odnosi się przeważnie do Rewolucji Październikowej, ewentualnie Wielkiej Rewolucji Francuskiej i haseł: wolności, równości, braterstwa. Pojawia się także rewolucja proletariacka wraz z odniesieniami do komunizmu. Często nie jest to żadna konkretna rewolucja a jedynie stereotypowe wyobrażenie rewolucji i jej wybrane konotacje, związane np. z ustrojem politycznym, komunistyczną propagandą itp. Zdecydowałam się włączyć do analizy także nawiązania do ustroju komunistycznego obecne w tych w reklamach, w których pojawiają się apele do odbiorcy, będące najczęściej nawoływaniem do buntu lub zmiany.

Reklama, odwołując się do rewolucji, wkracza często na jeszcze jeden obszar – naukę. Debiutujący na rynku produkt przedstawia się jako rewolucyjny, zrodzony w wyniku rewolucji naukowej. Podkreśla się incydentalność jakiegoś rozwiązania, nadając mu w ten sposób wysoki status. Tak jest w przypadku omawianej poniżej reklamy prezerwatyw SKYN.

W reklamie „rewolucyjne” to także synonim „niespotykanego”, „niezwykłego” a także „bardzo niskiej ceny”. W języku naturalnym wyrażenia te nie są synonimami, na obszarze reklamy dochodzi jednak do wspomnianego wcześniej „przełączania kodów” i w wyniku odległych konotacji możliwe stało się porównywanie tych zjawisk. Można też powiedzieć, że stało się to pewnym standardem. O rewolucyjnej wyprzedaży mówi się w reklamie sieci Carrefour (Jerzyk 2002: 313): z „Październikowej Rewolucji Cenowej”, cieszą się zwycięzcy – obywatele dzierżący reklamówki z logo sklepu. Pokazano ich zgodnie z konwencją znaną z propagandowych plakatów z epoki. Pretekstem do sięgnięcia po rewolucyjną estetykę są tutaj niskie ceny oraz przyległość czasowa wydarzeń – reklamę opublikowano w październiku. Niedźwiedzia, który komunikuje niskie ceny w innej sieci sklepów nazywa się w radiowym spocie sieci sklepów E. Leclerc „rewolucjonistą”.

Reklama pomija negatywne aspekty rewolucji. Posługuje się cytatem, pastiszem i parodią haseł propagandowych i zabiegów estetycznych, charakterystycznych np. dla plakatów propagandowych, jak perspektywa, czcionka, kreska itp.

Warto tutaj zauważyć, że hasła propagandowe stanowią niejako „naturalny punkt wspólny” komunistycznej propagandy i reklamy. W obu wykorzystuje się hasła i slogany. Różnica między sloganami propagandy komunistycznej a reklamowymi tkwi w ich funkcji. Te pierwsze miały za zadanie ugruntować w świadomości odbiorców jakąś treść, skłonić do działania i nie musiały być ładne czy ciekawe. Slogany reklamowe zaś, aby przekonywać, powinny się podobać. W swym naturalnym kontekście slogan propagandowy mógłby razić, przywoływać niepożądane skojarzenia z przymusem i brakiem dialogu, w reklamie nabiera najczęściej wymiaru humorystycznego. Będąc pastiszem, funkcjonuje jako cytat, stanowiąc metonimię. Jego charakterystyczna składnia: eliptyczne zdania, skonstruowane na zasadzie definicji (np. „Obywatelu! Przeziębienie i grypa twój wróg. Zdrowie jednostki gwarantem zdrowia ogółu. Zapobiegaj i lecz się rutynowo. Najniższe ceny własnością ludu”, gdzie najpierw występuje rzeczownik w mianowniku, a następnie wyjaśnienie w narzędniku lub w mianowniku), sposób sformułowania stają się, podobnie jak wizerunek sztandaru, czymś w rodzaju rekwizytu przeszłości. Przywołują ją na zasadzie *pars pro toto*.

W omawianym powyżej przykładzie celem zabiegu był komizm. Wynika on z faktu, iż po obaleniu komunizmu popularny stał się wizerunek tego ustroju jako pełnego zabawnych absurdów. Komunizm i socjalizm nabrały wymiaru znanego z filmów Stanisława Barei, stając się jednym z możliwych przedstawień komunizmu (zgodnie z tezą Jamesona) i ten właśnie popularny wizerunek wykorzystuje reklama.

Analizowane poniżej komunikaty nawiązują do tematyki rewolucyjnej właśnie za pomocą stereotypowych rekwizytów, a ich hasła stylizowane są na komunistyczną propagandę, choć obecność tego typu argumentów nie ma żadnego uzasadnienia jeśli chodzi o reklamowany produkt. Reklama sklepu Media Markt z października 2003 r. wykorzystuje takie oto hasła:

„5 lat Media Markt, plan wykonany z nadwyżką!”

„Najniższe ceny własnością ludu!”

Pierwsze zdanie nawiązuje do słynnych „pięciolatek”, wdrażanych w polskiej gospodarce w latach sześćdziesiątych. Drugie – jako pastisz propagandowego hasła – jest również utrzymane w konwencji. Aby dodatkowo umotywować wybór argumentacji, wykorzystano powiązania pomiędzy czasem emisji komunikatu

i kalendarzem wydarzeń historycznych. Reklamę emitowano bowiem jesienią i w ten sposób, nawiązując do rewolucji październikowej, podkreślono aktualności oferty. Dodatkowym atutem jest humor. Oprócz haseł, komunikat nawiązuje do komunizmu i rewolucji również w warstwie wizualnej, dzięki dominacji czerwieni, barwy rewolucji. To także kolor trwale związany z marką Media Markt.

Do hasła Marksa „Proletariusze wszystkich krajów, łączcie się” nawiązywała w latach 90. reklama centrali telefonicznej firmy Kapsch. Nawiązanie to dotyczyło wyłącznie warstwy tekstowej. Wykorzystano dwuznaczność wyrażenia „łączcie się”, stosując figurę zwaną diaforą, polegającą na grze pomiędzy znaczeniami wyrazu i sparafrazowano ten apel w następujący sposób:

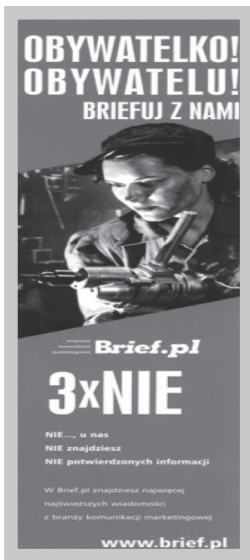
„Do wszystkich przedsiębiorstw nie korzystających jeszcze z centrali telefonicznych Meridian 1 – Łączcie się”.



W tekście dodatkowym (małą czcionką) nadawcy wymieniają zalety produktu, zwracając się bezpośrednio do właściciela firmy, podkreślając, jak bardzo liczy się dla nich jego komfort. Zwracając się do przedsiębiorcy, chcą mu się przypochlebić, podkreślając jego zdolności menedżerskie i przy okazji zalety swojego produktu. Sugerując, że reklama skierowana została do właścicieli firm odnoszących sukces, zastosowano argumentację *ad vanitatem*. Ten zabieg ma na celu osłabienie krytycyzmu odbiorcy względem komunikatu. Sparafrazowanie fragmentu Manifestu Komunistycznego nie ma żadnego uzasadnienia, poza wykorzystaniem dwuznaczności wyrażenia „łączcie się!” oraz faktu, iż apel ten jest powszechnie znanym

hasłem, o doskonałej rozpoznawalności, zatem jego parafraza ma szansę dotarcia do publiczności i bycia zapamiętaną, co jest jednym z podstawowych celów reklamy.

W obu omówionych powyżej komunikatach wybór rekwizytów i konwencji znajduje swe uzasadnienie. W pierwszym przypadku jest to przyległość czasowa łącząca czas promocji z wydarzeniem, do którego nawiązuje reklama, w drugim – dwuznaczność użytego w hasle wyrażenia. W kolejnej reklamie – czasopiśmie „Brief” – ten zabieg wydaje się przypadkowy. Brak tu przyległości i dwuznaczności. Produkt nie został też przedstawiony jako rewolucyjne rozwiązanie, nie ma też mowy o rewolucyjnej wyprzedaży. Hasło to apel o humorystycznym wydźwięku: „Obywatelko! Obywatelu! Briefuj z nami!”



Zdjęcie ma sprawiać wrażenie oryginału „z epoki”, prezentującego przodownicę pracy i uobecniać czasy, do których reklama nawiązuje w warstwie tekstowej. Jest rekwizytem, stanowiącym metonimię. Nadawca, wykorzystując ten motyw, bawi się tutaj konwencją, przekształcając znane 3 x TAK w 3 x NIE. Innowacja w obrębie znanego i rozpoznawalnego schematu ma przykuć uwagę odbiorcy. Anaforycznie powtarzające się NIE zostało dodatkowo graficznie wyodrębnione: „NIE..., u nas, NIE znajdziesz, NIE potwierdzonych informacji”. W ten sposób reklama rzuca wyzwanie opiniom głoszącym, że prawidłowo skonstruowany komunikat perswazyjny nie powinien być zdaniem przeczącym. Jest pewną prowokacją. Reklama, podobnie jak produkt adresowana jest do specyficznej grupy odbiorców – ludzi pracujących

w działach marketingu, dla których taki zabieg może się wydać zabawny i oryginalny. Aby nie pozostawiać odbiorcy z samymi tylko przeczeniami, nadawcy dodają dla przeciwwagi informację pozytywną: „W Brief.pl znajdziesz najwięcej najświeższych wiadomości z branży komunikacji reklamowej”. Funkcję perswazyjną realizują tutaj dwa wyrazy – przymiotnik i przysłówek użyte w stopniu najwyższym. Wykorzystanie obrazu przodownicy pracy można uznać za porównanie – przodującej pracownicy i „przodującego” czasopisma branżowego, co dodatkowo uzasadnia nawiązanie do komunizmu.

Do tej epoki odwołuje się także wyraźnie telewizyjny spot wprowadzający na rynek preparat AscoRutiCal. Podobnie jak w reklamie centrali telefonicznej kluczowe znaczenie miały słowa „łączcie się!”, tak tutaj argumentacja zbudowana jest wokół określenia „chore” – choroba zostaje porównana do czasów socjalizmu. Widz jest świadkiem takiej sceny: małżeństwo z dzieckiem, spacerując ulicami miasta, słyszy głos dobiegający z ulicznego megafonu:

„Obywatelu, przeziębienie i grypa twój wróg! Zdrowie jednostki gwarantem zdrowia ogółu! Zapobiegaj i lecz się rutynowo”. Bohater reklamy reaguje na to stwierdzeniem: „To wszystko jakieś chore”. Następnie rozlega się apel, wygłaszany przez głos płynący z offu, nie zaś z megafonu w filmowej scenie: „Przełam rutynę!”. Na końcu pojawia się hasło: „AscoRutiCal. Zdrowe wyjście w chorych czasach”.

„Usprawiedliwieniem” dla odwołania się do narzędzi socjalistycznej propagandy jest metafora „chore czasy”, funkcjonująca w dwóch znaczeniach – dosłownym i przenośnym. Bohater nazywa „chorą” sytuację, w jakiej się znalazł, mając zapewne na myśli jej absurdalność (nakłanianie przez megafon do zapobiegania chorobom i leczenia grypy). Jest to także usprawiedliwione poprzez dalsze – negatywne konotacje pojęcia socjalizm. Drugie znaczenie metafory jest literalne – chore czasy to czasy choroby, czyli sezon na przeziębienia. Gra z podwójnym znaczeniem wyrazu to figura zwaną diaforą. W warstwie wizualnej nadawcy przywołują znaczenie metaforyczne, w warstwie werbalnej – literalne. Mimo wszystko nieco zagadkowy wydaje się apel, nakłaniający do buntu, zarówno przeciw chorym czasom: „Przełam rutynę”. O ile w aspekcie metaforycznym apel ten wydaje się uzasadniony (bunt przeciw propagandowym apelom, dobiegającym z megafonu), o tyle niejasne jest, dlaczego stosowanie preparatu miało być przełamaniem rutyny w sensie literalnym. Być może rutyną dnia codziennego jest „rutynowe leczenie”, zaś stosowanie polecanego preparatu to działanie nowatorskie, rzucające wyzwanie szarej codzienności? Wyraz „rutyna” nawiązuje też do nazwy jednego ze składników AscoRutiCal. Możemy podejrzewać, że „rutynową” metodą jest, zdaniem nadawcy, stosowanie dotychczas

najpopularniejszego preparatu o podobnym składzie – Rutinoscorbinu, dla którego reklamowany produkt, debiutujący na rynku, stanowi konkurencję. „Przełam rutynę” byłoby wówczas pewną aluzją, nakłanianiem do odejścia od tradycyjnego leku, jednak zabieg ten wydaje się zbyt skomplikowany, by mógł być czytelny dla szerszej publiczności. Najbardziej prawdopodobnym wyjaśnieniem wydaje się więc hipoteza, iż nadawcy reklam nowych produktów o nieutralnej jeszcze w świadomości publiczności nazwie starają się ułatwić jej zapamiętanie, np. poprzez powtórzenia lub aliterację. W tym wypadku robią to, wykorzystując wyraz kojarzący się z nazwą produktu – rutynę.

Kolejne komunikaty wykorzystują rewolucyjne rekwizyty. W pierwszym z nich pojawia się on w warstwie wizualnej. Jest to sztandar trzymany przez dwie kobiety. Są roześmiane a ich pozy kojarzą się z plakatami propagandowymi. Na sztandar pada z góry strumień wody, nadając fotografii bardzo dynamiczny charakter. Wizerunek kobiety ze sztandarem kojarzy się z alegorycznym przedstawieniem Wolności wiodącej lud na barykady z obrazu Eugene Delacroix, nawiązującego do lipcowej rewolucji w Paryżu. Zaprezentowane w reklamie kobiety mogą być uznane za wizualną parafrazę tej alegorii. Użycie rewolucyjnego rekwizytu wyjaśniono w tekście: ta pralka to „czysta rewolucja”:

Unikalny system bezpośredniego natrysku sprawia, że woda natychmiast miesza się z proszkiem i dynamicznie wnika w głąb prania. Zwiększa to efektywność oraz realny czas całego procesu i daje w rezultacie pranie o niespotykanej dotąd czystości. (...) Wyjątkowo szerokie drzwi redukują do minimum problemy z wyjęciem prania. Czysta rewolucja firmy Bauknecht święci triumfy. Za każdym razem.



Wykorzystanie sztandaru jest uzasadnione wyłącznie porównaniem innowacyjności do rewolucji. Obecność metonimii uwarunkowana jest zatem wcześniejszym odnalezieniem związku pomiędzy unikalnością a przełomowością, stanowiącym

podstawę dla „rewolucyjnej metaforyki”.

W reklamach sprzętu firmy Polar do rewolucji nawiązano zarówno w warstwie tekstowej, jak i wizualnej. Stworzono całą serię „powstańczo-rewolucyjną”, wykorzystując czasową przyległość przywoływanych wydarzeń do okresu publikacji reklamy.

Był to okres pozwalający na tworzenie relacji pomiędzy wymiarem technologicznym oraz historycznym w sposób czytelny dla odbiorcy. Zmiany istotne dla modyfikacji oferty firmy Polar oraz wprowadzanych innowacji tworzyły związki o cechach analogii ze zmianami typowymi dla motywów rewolucyjnych charakterystycznych dla polskiej i słowiańskiej historii (Albin 2000: aneks).

W ten sposób powstał pewien reklamowy kalendarz. Kampania trwała od października 1997, a użyta w niej argumentacja odwoływała się do posiadających silny ładunek emocjonalny zdarzeń w historii. Fakty historyczne łączono z informacjami o walorach produktów. Posłużono się rewolucyjnymi wydarzeniami od powstania listopadowego do stanu wojennego. Wybór zdarzeń pokrywał się z rzeczywistym okresem kampanii, przeprowadzanej na przełomie jesieni i zimy, co pozwoliło na wykorzystanie skojarzeń powstałych przez styczność czasową.

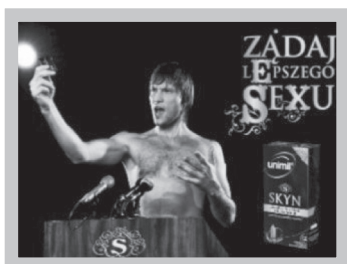
Aleksander Woźny w opracowaniu poświęconym kulturowym miarom czasu w reklamach i wykorzystywaniu przez nie kalendarzów wydarzeń politycznych twierdzi, iż w reklamach, wykorzystujących kalendarze *teraz*, świadczące o aktualności oferty, wypowiedziane jest najczęściej nie wprost, a za pomocą metonimii (Woźny 1998: 38) Znajduje to potwierdzenie w omawianym cyklu.

W reklamie publikowanej w październiku na czerwonym tle sfotografowano zmywarkę do naczyń i podpisano: „Cenowa rewolucja październikowa zmywarek firmy Polar trwa”. W kolejnej z reklam na zielonym tle sfotografowano okap kuchenny, podpisując zdjęcie: „Powstanie listopadowe okapów kuchennych firmy Polar”. Komunikat ten nie nawiązuje do rewolucji w aspekcie estetycznym, wizualnym, jedynym elementem łączącym produkt i rewolucję jest tutaj przyległość czasowa.



Ostatnia z cyklu reklam – kalendarzy, opublikowana w grudniu, głosiła: „Stan wyjątkowy kuchenek mikrofalowych. Stan wyjątkowo niskich cen wprowadzamy od stycznia '98 do odwołania”. Istotną rolę odgrywała tutaj czcionka, imitująca ręczne pismo, podobne do pisma używanego na transparentach. Przekaz oparto tutaj o określenie „wyjątkowy”, funkcjonujące jako nazwa pewnej instytucji – stan wyjątkowy i jako określenie niskich cen. Nadawcy wprowadzili paronomazyjną grę pomiędzy tymi dwoma znaczeniami dla spotęgowania efektu.

Motyw rewolucji wykorzystano także do wprowadzenia na rynek prezerwatyw Skyn. Nadawcy określili produkt jako „rewolucję Skyn”, zapewniając, iż drastycznie zmieni on doznania seksualne Polaków. To także rewolucja naukowa, ponieważ produkt wytwarza się z innego niż dotychczas materiału (lateksu), dając szansę uczulonym na lateks. Aby nawiązać do rewolucji przedstawiono zatem nagiego mężczyznę, który mógłby być zarówno muskularnym przodownikiem pracy, jak i użytkownikiem prezerwatyw. Mężczyzna stoi na mównicy i w triumfalnej pozie prezentuje produkt. Hasło jest, zgodnie z rewolucyjną stylistyką, apelem: „Żądaj lepszego seksu”. Złota, ozdobna czcionka nawiązuje do grafiki opakowania, nie mając nic wspólnego z czcionkami znanymi z propagandowych plakatów. Wręcz przeciwnie – drastycznie się od nich różni.



W reklamie tej w najwyższym chyba stopniu widać, jak mało rygorystycznie nadawcy podchodzą do wiedzy historycznej, co doskonale ilustruje dowodzoną tezę, iż wystarczy jeden charakterystyczny rekwizyt, taki jak np. apel „żądaj”, sformułowanie „domagamy się”, szyk zdania, obraz sztandaru lub inny element, by umotywić nawiązanie do rewolucji i wykorzystać ją jako element argumentacji.

4. Wnioski

W kulturowym aspekcie analiza wykorzystania motywu rewolucji we współczesnej reklamie pokazuje jak powierzchownie jest traktowana historia. Argumentacja

jest najczęściej zbudowana na podstawie metafory rewolucji jako przełomu, zmiany i wyjątkowości. Takie porównanie stanowi pretekst do wykorzystywania obrazów, rekwizytów i atrybutów rewolucji. Postrzega się ją przez pryzmat popularnych wyobrażeń i odniesień, wykorzystując najczęściej jej rekwizyty, stanowiące metonimię. Fakty historyczne stanowią tylko ornament a wybór motywów rewolucji determinowany jest jedną z pięciu wskazanych w artykule przyczyn.

Po pierwsze, absurdy kojarzące się ze współczesnym wyobrażeniem epoki komunizmu (socjalizmu) są źródłem komizmu, dzięki któremu *captatio benevolentiae* staje się łatwiejszym zadaniem. Po drugie, rewolucja i propaganda (zwłaszcza rewolucyjna i komunistyczna) posługuje się podobnymi narzędziami językowymi co reklama. W tej sytuacji reklama może „bezkarnie” wykorzystywać propagandowy język, cytując go lub parodiując bez narażenia się na opór i odrzucenie ze strony publiczności. Po trzecie: nadawcy chętnie podkreślają przełomowość produktu, porównując jego pojawienie się na rynku do rewolucji i w tym celu wykorzystują jej rekwizyty, stanowiące jej metonimie. Podobnie metonimie teraźniejszości i aktualności stanowią odwołania do kalendarza wydarzeń historycznych, kiedy w reklamie mówi się o np. rewolucyjnej wyprzedaży w październiku. Należy tutaj podkreślić, iż są to rewolucje wpisane w polską pamięć zbiorową. Reklama w Polsce nie nawiązuje do rewolucji w Hiszpanii czy na Kubie. Podobnie nie podejmuje tematyki rewolucji współczesnych – np. roku 1989. Czwarty powód to niezależna od kalendarza „rewolucja cenowa” i wykorzystanie motywów rewolucyjnych, by podkreślić sugerowaną wyjątkowość oferty. Ostatnia przyczyna ma związek z łatwością zapamiętania przekazu przez odbiorcę, ważnego przy podejmowaniu decyzji o zakupie produktu – nawiązanie do wydarzeń znanych, dobrze zakorzenionych w zbiorowej świadomości sprawia, że odbiorca zapamiętuje komunikat i jest szansa, że prawidłowo zidentyfikuje reklamę i produkt.

Bibliografia

- Albin, Krzysztof 2000. *Reklama. Przekaz. Odbiór. Interpretacja*. Warszawa, PWN.
Barthes, Roland 1985. „Retoryka obrazu”. *Pamiętnik Literacki* LXXVI, z. 3, s. 289-302.
Black, Max 1971. „Metafora”. *Pamiętnik Literacki* LXII, z. 3, s. 217 – 233.
Eco, Umberto 1996. *Nieobecna struktura*. Warszawa, KR.
Eco, Umberto 2009. *Teoria semiotyki*. Kraków, WUJ.
Fiske, John 1999. *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Wrocław, Astrum.
Jakobson, Roman 1989. „Dwa aspekty języka i da typy zakłóceń afatycznych”.

- W: *W Poszukiwaniu istoty języka*, pod. red. Marii R. Mayenowej, Warszawa PIW, t. I, s. 150-175
- Jameson, Fredric** 1997. „*Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*”.
- W: *Postmodernizm*, pod red. Ryszarda Nycza, Kraków, Baran i Suszczyński, s. 190-213.
- Kazimierska-Jerzyk, Wioletta** 2002. „*Estetyka wojny i rewolucji*” we *współczesnej reklamie*.
- W: *Estetyka reklamy*, pod red. Michał Ostrowickiego, Kraków, Agencja Wydawniczo-Poligraficzna ART-TEKST, s.309-318.
- Lakoff, George, Johnson, Mark** 1988. *Metafory w naszym życiu*. Warszawa, PIW.
- Lichański Jakub Z.** 1994. „*Reklama i retoryka*”. W: *Poliszczyzna a/i Polacy u schyłku XX wieku*, pod red. Kwiryny Handke, Hanny Dalewskiej-Greń, Warszawa, Instytut Słowianoznawstwa, s.299-316.
- McLuhan, Marshall** 1975. *Wybór pism*. Warszawa, WAiF.
- Tarkowska, Elżbieta** 1999. „*Spółeczeństwo różnych rytmów: przypadek Polski na tle tendencji globalnych*”. W: *Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji*, pod red. Piotra Sztompki, Warszawa-Kraków, PWN, s. 343-359.
- Woźny, Aleksander** 1998. „*Od polityki do retoryki reklamy*”, *Aida Media*, nr 7 (50), s. 38-41.
- Ziomek, Jerzy** 1984. „*Metafora a metonimia. Refutacje i propozycje*”. *Pamiętnik Literacki* LXXV, z. 1, s. 181-209.
- Ziomek, Jerzy** 2000. *Retoryka opisowa*, Warszawa – Wrocław, Ossolineum.

Elżbieta Pawlak-Hejno
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

POWRÓT DO PRZESZŁOŚCI – CHWYTY RETORYCZNE W RETROKRYMINAŁACH MARCINA WROŃSKIEGO

Kryminały retro to gatunek wychodzący naprzeciw potrzebom współczesnych odbiorców literatury popularnej. Z jednej strony sięga po utarte i dobrze znane schematy intrygi, z drugiej strony wykorzystuje atrakcyjny dla czytelnika kostium historyczny. Przedstawiane w powieściach dwudziestolecie międzywojenne, to okres niepokoju, politycznych konfliktów i przemian społecznych. Czas, choć odległy, to jednak bliski współczesnemu odbiorcy. Kultura lat dwudziestych i trzydziestych nie przestała fascynować do dziś i z powodzeniem odżywa na kartach popularnych kryminałów. Autor stara się przekonać publiczność, że jego utwory są interesujące i wiarygodne, ale nade wszystko zachęca do zakupu swoich książek. Celem niniejszego artykułu jest prezentacja mechanizmów retorycznych stosowanych przez lubelskiego pisarza retroopowieści Marcina Wrońskiego zarówno w budowaniu własnego etosu jak i w wypowiedzi artystycznej. Należy podkreślić, że współczesny twórca literatury popularnej przestał być dla czytelników anonimowy i żeby skutecznie przekonywać do swych utworów, musi także przekonać publiczność do siebie.

Return to the past – rhetorical devices in Marcin Wroński`s retro crime novels

Retro crime novel is a genre which meets the needs of a contemporary reader of popular fiction. On the one hand, it uses well-known and popular models of intrigue, but, on the other hand, it makes use of a historical costume, which is highly attractive for the reader. The interwar period, which is presented in a number of novels, is the time full of chaos, political conflicts and social change. Although this period is distant in time, it seems to be particularly close to a contemporary reader. The culture of the 20s and 30s has been constantly fascinating. What is more, it is experiencing a major revival in popular crime books. The author tries to make his reader believe that his books are interesting and plausible but above all he wants to persuade him to buy these novels. The aim of this article is to present rhetorical devices used for building ethos and artistic expression by Marcin Wroński - a retro novelist from Lublin. It should be highlighted that a contemporary writer of popular fiction has stopped to be anonymous and in order to successfully persuade the reader to read his or her books the writer has to convince the reading public to him- or herself.

1. Wprowadzenie

W ostatniej dekadzie można zauważyć wzrost zainteresowania epoką przedwojenną. Aby uświetnić 90. rocznicę odzyskania niepodległości, Muzeum Historii Polski zorganizowało w Zamku Królewskim w Warszawie wystawę pt. *Dwudziestolecie. Oblicza nowoczesności*¹. Ekspozycja przenosiła zwiedzających do wielonarodowej i wielokulturowej II Rzeczypospolitej, ukazując jej skomplikowaną sytuację polityczną i problemy ekonomiczne, ale także barwne życie kulturalne i obyczajowe. Autorzy wystawy zaprezentowali epokę jako czas wielkich przemian, m. in. rodzącej się kultury masowej, w sposób obiektywny godząc sentymentalną i apologetyczną legendę międzywojnia z jej czarnym odpowiednikiem. Dwudziestolecie stało się również przedmiotem refleksji naukowej badaczy uczestniczących w ogólnopolskiej konferencji *Sensacja w dwudziestoleciu międzywojennym (prasa, literatura, radio, film)*², koncentrującej uwagę na procesach zmian w komunikacji i kulturze, które przyczyniły się do rozwoju sensacji jako kategorii estetycznej, socjologicznej oraz antropologicznej. Ponadto artystyczne nawiązania do epoki są widoczne w kinie i w teatrze: *rok 1920 Bitwa Warszawska* stanowi temat najnowszego filmu w reżyserii Jerzego Hoffmana, a przedwojenne kabaretowe i filmowe szlagiery stały się podstawą spektaklu Teatru Studio Buffo pt. *Tyle miłości*.

Fascynacja dwudziestoleciem międzywojennym znajduje odzwierciedlenie również w literaturze popularnej, a w szczególności w modnym nurcie retrokryminałów. Kostium historyczny w opowieściach o zbrodniach pełni różne funkcje. Po pierwsze, może stanowić pretekst do krytyki współczesności (wariant historyzmu maski). Po drugie odgrywa rolę dekoracyjną – sprowadzany do efektu dawności, stanowi atrakcyjne tło fabularne. Po trzecie może być próbą rekonstrukcji, subiektywnym odtworzeniem rzeczywistości minionej w celach poznawczych, popularyzatorskich czy ludycznych. Może również wyrażać stanowisko autora wobec wydarzeń historycznych i ocalać od zapomnienia fragment dziejów. Niezależnie od intencji twórcy, wykorzystywanie kostiumu retro wymaga nie tylko znajomości prezentowanej materii, ale przede wszystkim przekonania czytelnika do swojej wiedzy i wizji. Analiza literatury i literackości – bytów fikcjonalnych, których perswazyjność bywa zawodna (poza utworami tendencyjnymi, parenetycznymi czy dydaktycznymi), z wykorzystaniem instrumentarium retorycznego, może budzić wątpliwości, jednakże

1. Wystawę można było oglądać od 11.11.2008 – 1.03.2009.

2. Konferencja odbyła się w Lublinie 20-21 września 2010 roku. Organizatorzy: Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie oraz Wojewódzka Biblioteka Publiczna im. Hieronima Łopacińskiego w Lublinie

pozwala włączyć w obszar refleksji także zjawiska pozaliterackie.

Jak się wydaje, utwór literacki można traktować jako komunikat retoryczny, który jednocześnie stanowi cel i narzędzie perswazji. Należy zatem wyróżnić dwa poziomy retorycznego oddziaływania: w sensie szerokim – metaperswazję, ponieważ istotą komunikacji pisarza z audytorium jest nakłonienie do przeczytania (zakupu) utworu-komunikatu oraz w wąskim – można wskazać treści perswazyjne wpisane w dzieło artystyczne (np. określoną wizję świata, propagowane postawy). Najczęściej badacze koncentrują uwagę na „dydaktyzmie immanentnym” (Martuszevska 1998: 78), analizując potencjał retoryczny dzieła, czy poszczególnych gatunków literackich. Opis mechanizmów literackiej metaperswazji występuje rzadko, ponieważ sytuacja w której nadawca (pisarz) wygłasza swój komunikat (książkę) przed audytorium (potencjalnymi czytelnikami) w praktyce raczej się nie zdarza (najbliższe temu jest odczytywanie przez autora fragmentów książek w mediach lub na spotkaniach autorskich czy nagranie audiobooka np. Marek Krajewski *Dżuma w Breslau*). Specyfiką metakomunikacji jest przestrzenne i czasowe rozdzielenie jej uczestników – albo odbiorcy bezpośrednio obcuje z komunikatem, albo nadawca nawiązuje więź z publicznością. Spoiwem scalającym trzy fundamentalne składniki procesu komunikacji może być etos autora – budowany zarówno podczas kontaktów pisarza z audytorium, jak i uobecniany w dziele literackim na poziomie inwencji, dyspozycji i elokucji. Jak pisze Marek Skwara (2010: 263), analizując uwagi Volkmana o etosie:

Nie można dyskutować o ethos oratora bez uwzględniania jego osoby i tekstów, które wygłosił. I to właśnie ethos jest kształtowane w psychice odbiorców-słuchaczy dzięki pewnej wspólnotocie uczuciowej, łączącej nadawcę i odbiorców.

Celem niniejszego artykułu będzie przeanalizowanie, jakie chwyt retoryczne wykorzystuje Marcin Wroński – autor retrokryminałów z Lublinem w tle, w budowaniu etosu pisarza w relacjach z audytorium oraz w powieściach.

2. Wybór konwencji

Wystąpienie lubelskiego pisarza z cyklem o śledztwach komisarza Maciejewskiego, wiąże się z popytem czytelnicznym na powieści osadzone w historycznych realiach. Zdaniem Umberto Eco (2008: 17) „(...) autor intrygi – podobnie jak Aristoteles, który łączył problemy *Poetyki* i *Retoryki* – musi wiedzieć, czego oczekuje

jego publiczność.” *Captatio benevolentiae* czyli zdobywanie przychylności słuchaczy rozpoczyna się już na etapie wyboru konwencji gatunkowej. Kryminał retro to gatunek, który od końca lat dziewięćdziesiątych minionego wieku zrobił ogromną karierę wydawniczą w Polsce. Pionierem tej formuły fabularnej jest Marek Krajewski, autor serii o zbrodniach w *Breslau*. Do pisarzy sięgających po gatunek należą także: Artur Górski, Konrad Tomasz Lewandowski, Paweł Jaszczuk i Krzysztof Maćkowski. Rodzime zainteresowanie zbrodniami z przeszłości wpisuje się w ogólnoswiatową modę na utwory z historią w tle, czego dowodem może być książka noblisty Johna Maxwella Coetzeego *Mistrz z Petersburga*, w której detektywem jest Fiodor Dostojewski.

Powieść kryminalna ewokuje zakodowaną w niej specyficzną wizję świata opartą na potocznym przeświadczeniu, że zbrodnia powinna zostać ukarana. Oprócz „toposopodobnego charakteru” (Martuszczyńska 1998: 84) założeń myślowych wpisanych w tę odmianę literatury, w wariantcie retro ukształtowanie topiczne posiada także tło historyczne. Obraz dwudziestolecia międzywojennego, skonstruowany jest w zgodzie z kryminalną konwencją i współtworzy kreację świata zdominowanego przez zbrodnię. Tym samym stanowi konfrontację z sentymentalną, „złotą” legendą dwudziestolecia, wedle której nawet przestępcy przestrzegali swego kodeksu etycznego (Por. Chomiuk 2011). Zestawianie pozytywnych i negatywnych stron epoki wpisuje się krąg współczesnych odczytań czasów przedwojennych w duchu obiektywizmu, zaproponowanego na przykład przez autorów wystawy *Dwudziestolecie. Oblicza nowoczesności*.

Ponadto powroty do kryminalnej przeszłości świadczą o tym, że przemiany historyczne, społeczne i kulturalne fascynują współczesnego czytelnika literatury popularnej. Przedstawienie przedwojennego świata, próby oddania atmosfery umysłowej epoki, a także pokazanie dawnej propagandy patriotycznej i prasowej stają się magnesem silniej przyciągającym publiczność, niż sama zagadka kryminalna. Czytelnika nie interesuje już tylko „kto zabił”, ale jaki wpływ na wydarzenia miały miejsce i czas dokonania przestępstwa, dlatego akcja retrokryminałów toczy się w konkretnych polskich miastach. Tło zdarzeń stało się tak samo ważne jak intryga. Przykładem potwierdzającym tę tezę jest duża popularność szwedzkich pisarzy Henninga Mankella oraz Stiega Larssona, którzy w swych kryminałach poruszają tematy społeczne i analizują przemiany zachodzące w państwie oraz mentalności obywateli. Historie retro dodatkowo przenoszą czytelnika w przeszłość i ukazują ponadczasowe motywy zbrodni i próby dążenia do sprawiedliwości. Paradoksalnie to, co historyczne i dawne, dla odbiorcy literatury popularnej stało się aktualne

i pożądane.

Konwencję gatunkową można traktować jako miejsce wspólne dla intencji autora i oczekiwań odbiorcy. To odpowiedź na potrzeby, fascynacje oraz zainteresowania czytelników i pierwszy etap budowania wspólnoty komunikacyjnej. Oscylowanie między zabiegami właściwymi produkcji literackiej (dobór tematu i układu kompozycyjnego) a względem na oryginalność (narracja, fabuła, język), pozwalają porównać pisarza do profesjonalnego mówcy i interpretować jego twórczość z perspektywy retoryki.

3. Etos pisarza

Formuła kryminału retro narzuca autorowi atrakcyjne czytelniczo przedstawienie dawnych realiów, w których jest osadzona akcja. Odwoływanie się do przeszłości wymaga od pisarza wiedzy historycznej, topograficznej i obyczajowej.

Dopowiedzmy tu od razu, historia w tym nurcie literatury jest nie tyle opowiadana, co używana, a punktem wyjścia owych użyć jest taka koncepcja relacji łączących przeszłość ze współczesnością, w której przybiera ona kształt magazynu wątków i rekwizytów. Zaś sposoby czerpania z ich bogactwa wpisują się w założenia współczesnej kultury repetycji, w której lubiane jest to, co już znane, a jednocześnie to, co znane przybiera coraz to nowe formy sequeli, prequeli czy remake'ów (Chomiuk 2011: w druku).

Powieści z omawianego gatunku to nie tylko historie bohaterów i zbrodni, ale także opowieści o przedwojennych miastach. Mogą zainteresować miłośników opisywanego regionu, najczęściej czytelników krytycznych, poszukujących prawdy historycznej i przykładających wagę do detali. Przekonanie odbiorców do twórczości autora wiąże się zatem z wiarą w jego literackie i historyczne kompetencje. Dlatego ważny staje się etos pisarza, który stanowi emocjonalny pomost między mówcą a odbiorcami (Lausberg 2002: 147). Jak pisze Dorota Gostyńska (2003:19) to nieodłączny składnik wypowiedzi. „Nawet wbrew woli mówcy, jakim go widzą i słyszą, takim go piszą.”

Etos jest terminem wielofunkcyjnym i wieloznacznym (Skwara 2010: 249), używanym „równocześnie w wielu różnorodnych, nie zawsze definiowanych znaczeniach” (Grad 1987: 111-113). Jako pojęcie retoryczne ewoluowało przez wieki, a jak dowodzi Marek Skwara (2010:274) współczesne polskie podręczniki retoryczne, nie opisują w pełni istoty zjawiska i jego złożoności, koncentrując się głównie na

rozważaniach Stagiryty. W teorii Arystotelesa zaufanie słuchaczy, które jest jednym z warunków przekonania publiczności, mówca może zdobyć dzięki „życzliwości, szlachetności i rozsądkowi” (Arystoteles Retoryka 1377b 5-10). Zdaniem filozofa charakter retora również wpływa na wiarygodność jego argumentów (Arystoteles Retoryka: 1356a 5-15). Filozof pisał:

wiarygodność zależy przecież w dużej mierze (...) od tego, jakie nastawienie okaże sam mówca i jak osądzą jego nastawienie do siebie słuchacze i jakiemu nastawieniu ulegną oni sami” (Arystoteles Retoryka: 1377b 25-30) A „wiarygodność uzależnioną od nastawiania słuchaczy osiąga się wówczas, gdy mowa powoduje ich wzruszenie” (Arystoteles Retoryka: 1356a 5-15).

Konstruowany przez pisarza retrokryminałów etos pełni funkcję perswazyjną i ma za zadanie potwierdzić wiarygodność autora oraz życzliwe usposobić publiczność. Psychologowie społeczni (Kenrick, Neuberg, Cialdini 2002: 192) wyróżnili trzy współcześnie pożądane cechy wizerunku, które można porównać do zalet mówcy wymienionych przez Arystotelesa. Kompetencja może odpowiadać rozsądkowi, sympatia życzliwości, a wysoki status społeczny i władza szlachetności. Na potrzeby niniejszego artykułu pojęcia etos i wizerunek będą stosowane zamiennie [choć autorka ma świadomość różnic między *image* a *ethos* (Jaroszyński C. i P. Jaroszyński 2008: 47)]

Analizując wizerunek kreowany przez pisarza Marcina Wrońskiego, można dostrzec dbałość o eksponowanie wszystkich wymienionych cech. Głównymi narzędziami autoprezentacji wykorzystywanymi przez pisarza są: strona internetowa, blog, profil w portalu społecznościowym Facebook, liczne wywiady i spotkania z czytelnikami, a także sylwetki na okładkach książek. Współczesny pisarz literatury popularnej nie może pozostać osobą anonimową. Żeby przekonać publiczność do swoich książek, musi przede wszystkim zdobyć jej zaufanie oraz sympatię.

3.1. Kompetencja

W przypadku Marcina Wrońskiego jednym z zabiegów budujących wiarygodność pisarza jest wyliczanie ról zawodowych, w jakich występuje bądź występował. Był nauczycielem, dziennikarzem, felietonistą, autorem programów kabaretowych. Jest absolwentem polonistyki, literatem z dorobkiem artystycznym (debiutował w latach 90.), redaktorem, ale przede wszystkim „zdeklarowanym

lublinianinem”, pasjonatem historii swojego miasta (Wroński 2007; 2008). Wymieniane w notach biograficznych role są wyłącznie zawodowe. Próżno szukać informacji na temat życia prywatnego – pisarz nie przedstawia się jako mąż, ojciec czy właściciel zwierząt. Posługując się toposem zawodu (Lausberg 2002: 224), buduje spójny wizerunek profesjonalisty, który zdobywał umiejętności wykonując zajęcia w różnym stopniu związane z literaturą. W wywiadach pisarz prezentuje się jako autor-praktyk, polonista, redaktor, a nawet krytyk literatury. Na przykład w rozmowie z Filipem Modrzejewskim diagnozuje popularność kryminału retro:

Nie jest to popularny pogląd, ale fenomen popularności kryminału retro, podgatunku bardzo historycznego i topograficznego, upatruję w zużyciu się, a zarazem wiszącej w powietrzu potrzebie kontynuacji tzw. literatury małych ojczyzn. To nie jest tylko tak, że niemała grupa pisarzy pozazdrościła Markowi Krajewskiemu; moim zdaniem zdecydowali odbiorcy i ich chęć czytania o małej i wielkiej historii w niezobowiązującej formie. (Wroński 2010)

W krótkiej wypowiedzi Wroński, stawiając interesującą tezę literaturoznawczą, mimochodem komplementuje czytelników, nobilituje własną twórczość i odcina się od zarzutów o naśladowanie Marka Krajewskiego.

Wiarygodność pisarza ma wzmacniać eksponowanie związków z opisywanym przez niego Lublinem. To nie tylko jego rodzinne strony, ale przede wszystkim obiekt zainteresowania, poszukiwań, inspiracji. Autor przedstawia historię miasta, ponieważ jest nim zafascynowany i chce podzielić się swą pasją z publicznością. Wybór perspektywy hobbysty wydaje się korzystny z punktu widzenia działań perswazyjnych, ponieważ pisarz ujawnia swoje emocjonalne i intelektualne zaangażowanie w temat, dzięki czemu audytorium może ocenić go jako uczciwego i autentycznego. Perspektywa pasjonata stwarza szansę budowania relacji z publicznością opartej na wspólnocie zainteresowań. Odwołując się do Arystotelesa można uznać, że jest sposobem na okazanie pozytywnego nastawienia mówcy i próbą zdobycia przychylności czytelników. Na okładce najnowszej powieści Wroński przekonuje:

(...) osobiście jednak szukam pretekstu do grzebania w przeszłości i odkopywania własnych korzeni. Szukam tego polsko-żydowskiego miasta, którego nie dane mi było zobaczyć, a dzięki temu, że o nim piszę, odnajduję równie zafascynowanych czytelników, historyków, badaczy, amatorów... To oni przekonują mnie, że warto dalej pisać, więc piszę, bo mam dla kogo. (Wroński 2011).

W cytowanym fragmencie pisarz wylicza grupy osób, które dzielają jego pasję i doceniają pracę. Wymienienie przypadków szczegółowych potęguje wrażenie, że proza pisarza znajduje uznanie licznych odbiorców, a on sam ma już ugruntowaną pozycję na rynku literackim. Omówiona indukcja może prowadzić odbiorcę do konformistycznego wniosku – warto dalej czytać, bo robią to inni (wszyscy).

Istotnym rekwizytem kompetencji, wykorzystywanym przez autora, wydaje się również prowadzony przez niego „niedziennik”. Blog anonsonowany przez Wrońskiego jako przestrzeń „normalnej komunikacji” (Wroński 03.2008) z czytelnikami, pełni przede wszystkim funkcję autopromocyjną. Wypowiedzi pozornie nieodnoszące się do pracy pisarza, zawierają wiele pozytywnych informacji na temat jego twórczości. Na przykład z wpisu *Siedlce po 10 latach*, rozpoczynającego się refleksją na temat niechęci do podróżowania (bliskiej Markowi Krajewskiemu), można wyczytać, że komisarz Maciejewski spotkał się z miłym przyjęciem i przychylnymi recenzjami siedleckich czytelników i dziennikarzy. Przy okazji autor wspomina wcześniejszą wizytę związaną z premierą antologii opowiadań *Od nowa*, dzięki czemu eksponuje swoje doświadczenie literackie.

Obok wpisów, które można nazwać osobistymi, występują także artykuły i minieseje dotyczące Lublina. Charakteryzują się one skrupulatnością i rzetelnością. Pisarz powołuje się na historyczne źródła (na przykład prezentuje statystykę policjantów poległych na służbie w dwudziestoleciu międzywojennym i współcześnie, *Kryminalnie i statystycznie*), przypomina znanych lublinian (np. *Lubelski tygiel; Lewactwo, prawactwo i Web 2.0*), przybliża miejsca ważne dla akcji powieści (*Magia Grodziska, Wojna pomnikowa, Pierwszy lubelski kryminal*). W ten sposób Wroński pokazuje, że Lublin jest istotnym kluczem do jego twórczości, chociaż pisarz chciałby, aby miasto pozostawało „o pół kroku za bohaterem” (Wroński 26.08.2011). Choć wypowiedzi mają charakter informacyjny i poznawczy, dominuje w nich autopromocja.

Wizerunek profesjonalisty budowany jest z jednej strony poprzez dobór tematów wypowiedzi, a z drugiej przez językową stronę bloga, pisanego z dowcipem i ironią. Wybór narracji zbliżonej do eseju kształtuje obraz pisarza-erudyty, dobrze zapoznanego z materią historyczną. W wywiadach podkreśla, że pisanie o Lublinie wiąże się z lekturą monografii naukowych, poszukiwań w archiwach i konsultacji z ekspertami (Olszewski 2011; Wroński 2010). Dzięki nieoficjalnemu charakterowi bloga, zawarte w wypowiedziach treści perswazyjne nie są nachalne. „Niedziennik autora” współtworzy *image* profesjonalisty skoncentrowanego na pracy literackiej, nieustraszonego archiwisty zgłębiającego tajemnice Lublina oraz błyskotliwego

komentatora. Liczne nawiązania do swoich utworów, cytaty z książek o Maciejewskim, które stają się pretekstem do snucia różnych rozważań, mają być zachętą dla czytelnika do rozpoczęcia lub kontynuacji przygody z komisarzem.

Elementem potwierdzającym profesjonalizm są zamieszczone na stronie internetowej pisarza informacje o nominacjach kryminałów do prestiżowych nagród literackich (Nagrody Wielkiego Kalibru przyznawanej przez Stowarzyszenie Miłośników Kryminału i Sensacji „Trup w szafie” oraz Instytut Książki oraz Paszportu „Polityki”), a także wiadomość o przyznaniu Wrońskiemu honorowego tytułu *Bene Meritus Terrae Lublinensi* (Dobrze Zasłużony dla Ziemi Lubelskiej). Powołując się na uznanie, którym cieszą się wymienione wyróżnienia, pisarz nie wprost chwali się swoim sukcesem.

3.2. Sympatia

Kreowanie wizerunku osoby sympatycznej i życzliwej jest możliwe dzięki budowaniu z odbiorcami relacji opartej na szacunku. W przypadku pisarza ważną rolę odgrywają spotkania autorskie, stwarzanie okazji do bezpośredniego kontaktu z czytelnikami. Marcin Wroński nie tylko promuje swoje utwory, ale również bierze udział w różnych wydarzeniach kulturalnych m.in. lubelskiej „Nocy kultury”, „Mieście poezji”, krakowskim „Wielkim Nocnym Czytaniu” czy darłowskim „Lecie z Dobrą Książką”. Pisarz anonsuje spotkania (strona internetowa, Facebook) oraz zaprasza na nie czytelników. Dowodzi to jego otwartości na dialog i zmniejsza dystans między twórcą a audytorium. Informowanie o ważnych wydarzeniach, zamieszczanie relacji, zdjęć i materiałów multimedialnych, a także udostępnianie wywiadów stwarza odbiorcom szansę poznania i „polubienia” twórcy postaci komisarza Maciejewskiego. Ważnym elementem autopromocyjnym jest zaangażowanie pisarza w komentowanie wpisów – pytania czytelników nie pozostają bez odpowiedzi, co należy uznać za dowód szacunku. Okazją do zdobycia sympatii szerszej publiczności są przede wszystkim wywiady, w których Wroński zdradza kulisy pracy pisarza.

Nie mogę pozwolić sobie na to, by pisać tylko wtedy, gdy mam dobry humor. Pracuję nierzadko po 12 godzin dziennie. Można to porównać do prowadzenia jednoosobowej firmy, gdzie są i zlecenia, i terminy, i negocjacje, i poprawki – czyli proza życia, nie zaś żadne liryzmy, czy porywy duszy. Ale jako prozaik w prozie doskonale się odnajduję. (Bożko 2009)

Wykorzystując analogię pisarz unaocznia czytelnikom trud swojej pracy. Mówiąc o problemach finansowych, poświęceniu czasu i energii (Choroś 2009) oraz zrywając z mitem natchnionego artysty, pisarz wykorzystuje strategię ingracji i kreuje podobieństwo do swoich równie zapracowanych odbiorców, którym dostarcza rozrywki (Por. Kenrick, Neuberg, Cialdini 2002: 196). Tworzy w ten sposób płaszczyznę porozumienia opartą na wspólnocie trosk dnia codziennego i identyfikuje się z audytorium.

Wspólnotę odbiorców prozy Wrońskiego tworzą jednak różni czytelnicy. Na pytanie o kontrowersje wokół wizji historii przedstawionej w powieści *A na imię jej będzie Aniela* pisarz odpowiada:

(...) mam wręcz przerażające wrażenie – przerażające w sensie budowania wizerunku medialnego – że wszyscy mnie lubią. Pani wicewojewoda z listy PO bywa na moich spotkaniach autorskich, pan z SLD cieszył się bardzo, że dzięki postaci Zakrzewskiego tak miło i barwnie odmalowałem przedwojenną lubelską lewicę. (...) Prezes pewnej żydowskiej fundacji dostrzegł, że bez zafalszowań odmalowałem przedwojennych lubelskich Żydów, młody działacz prawicy cieszył się z kolei, że odwołaniami do przedwojnia szerzę propanstwo, a pewien tajniak zaczął mnie po spotkaniu i powiedział, że gdy czyta o komisariacie Maciejewskiego, to ma wrażenie, że o swoim własnym. Raz tylko dowiedziałem się, że jestem Żydem, a drugi, że pieskiem różowych salonów, ale to pisali frustraci na forach internetowych, nikt istotny, niestety. (Olszewski 2011)

Cytowana wypowiedź dowodzi biegłości autora w posługiwaniu się rozumowaniem indukcyjnym. Pisarz pozostawia w domyśle odbiorcy wniosek, że jest czytany i doceniany przez wszystkich. Wskazane wyjątki zostają od razu odrzucone. Publiczność tworzą ludzie o różnych poglądach politycznych, wykonujący odmienne zawody, jednakże łączy ich sympatia do retrokryminałów (i autora). Warto także podkreślić, że literat nie wymienia ludzi przypadkowych: wicewojewoda i prezes to osoby zajmujące wysoką pozycję społeczną. Dzięki takiemu zestawieniu pisarz wykorzystuje taktykę autoprezentacji „pławienia się w odbitym blasku” (Leary 2007: 40), która pomaga w budowaniu wizerunku osoby szanowanej i poważanej, a przywołując Arystotelesa – szlachetnej.

Podsumowując kwestię budowania etosu przez autora powieści retrokryminalnych należy omówić rolę podziękowań, które stanowią integralną część książek. Mariusz Czuba (2010:184) podkreśla ich retoryczną funkcję potwierdzania autorskich kompetencji, ale także traktuje je jako sygnał „wykraczania poza granice literackiego świata” W tekstach odautorskich Wroński snuje refleksje

autotematyczne. W *Morderstwie pod cenzurą* wyjaśnia genezę książki eksponując kryminalne dzieje Lublina, w *Kinie „Venus”* wskazuje na współczesną aktualność problemów dwudziestolecia, natomiast w ostatniej powieści zapowiada kolejne części cyklu i przedstawia swoją wizję historii w kryminałach retro. W kontekście retoryki podziękowania z jednej strony wykorzystują topos skromności [„W oddaniu tej ludzkiej prawdy pomogło mi wiele osób (...)” (Wroński 2011: 435)], z drugiej strony argumenty z autorytetu. Ekspert konsultujący powieści, przywołani przy innej okazji, mają dowodzić wiarygodności utworów. Dzięki formule metatekstowej autor może prezentować się jednocześnie jako budzący sympatię profesjonalista.

4. Chwyty retoryczne w retrokryminałach

W komunikacji retorycznej najważniejszą rolę odgrywają relacje między mówcą, tematem i audytorium. Przychylność publiczności do autora nie pozostaje bez wpływu na jej stosunek do tematu (Por. Wasilewski, Skibiński 2008: 107-116). O lekturze książek może zatem zadecydować opinia o pisarzu rozpowszechniona m. in. w recenzjach, komentarzach internautów, czy wykreowana przez pisarza w wywiadach. Dlatego tak ważną rolę odgrywa dbałość o własny wizerunek, konstruowanie etosu profesjonalnego autora. Jednakże autorytet pisarza zdobyty w świecie pozapowieściowym powinien znaleźć odzwierciedlenie w jego wypowiedzi artystycznej. Inaczej twórca nie przekona do siebie audytorium i nie stworzy trwałej wspólnoty czytelników.

4.1. Uprawdopodobnienie świata przedstawionego

Można zaryzykować tezę, że kreowana wiarygodność pisarza znajduje potwierdzenie w konstruowanym przez niego świecie przedstawionym. Marcin Wroński tworzy obraz przedwojennego Lublina w oparciu o materiały archiwalne, co potwierdzają opisane przez niego szczegóły topograficzne czy dołączone do dwóch pierwszych powieści mapy. Pisarz przybliży czytelnikom różne oblicza miasta – od wykwintnego Hotelu Europejskiego, przez dzielnicę żydowską po bazę kryminalistów – Kośminek.

Operowanie konkretem, wymienianie autentycznych nazw ulic i opisywanie charakterystycznych rejonów miasta stwarza czytelnikom możliwość identyfikacji przestrzeni (organizowane są spacer po Lublinie śladami komisarza). Jednocześnie dla odbiorców niezwiązanych z Lublinem opisywane miasto reprezentuje typ

„prowincjonalnej metropolii”, której serce „pikało niespiesznym rytmem starego flegmatyka” (Wroński 2007: 40).

Obok plastycznie przedstawionych dzielnic Lublina, prawdopodobnie prezentują się także sceny odtwarzające codzienność stolicy województwa. Na przykład egzekucja komornicza w mieszkaniu Cytrynów (Wroński 2008: 59-64) obrazuje ubóstwo w dzielnicy żydowskiej. W *Morderstwie pod cenzurą* pisarz zestawia atmosferę speluny (Wroński 2007: 113-124) ze zwyczajnym wieczorem w hotelowej restauracji (Wroński 2007: 206), eksponując pozorny rozziw między rozrywkami elit, a zwykłych mieszkańców miasta. Tło obyczajowe jest najbardziej rozbudowane w trzeciej części cyklu *A na imię jej będzie Aniela* i ukazuje Lublin w szczególnych warunkach wojny i okupacji. Losy bohaterów są ściśle związane z wydarzeniami historycznymi, a w fikcyjnym świecie pojawiają się postacie autentyczne [na przykład Szama Grajer – „król lubelskiego getta” (Szlachetka 2010)]. W wypowiedzi postaci wplatanie są zwroty w jidysz (nawet wulgaryzmy). Warto również dodać, że postacie drugoplanowe, Jerzy Trąbicz i Józef Zakrzewski, są wzorowane na biografiami lubelskich poetów: Józefa Czechowicza i Józefa Łobodowskiego.

Oddaniu prawdy czasu w całym cyklu lubelskich retrokryminałów służy warstwa intertekstualna: aluzje do popularnej wówczas literatury (Salka Cytryn zachwyca się *Trędowatą*, Zyga Maciejewski czyta Kafkę w oryginale), nawiązania do filmów dwudziestolecia (zwłaszcza w *Kinie „Venus”*) czy dawnych szlagierów (np. *To ostatnia niedziela* Mieczysława Fogga). Przywoływanie popularnych kontekstów kulturowych pełni funkcje argumentatywne, uwiarygodniające kostium historyczny.

Świat przedstawiony uprawdopodobniają też zabiegi edytorskie, wprowadzające w obręb tekstu główne fragmenty imitujące wycinki z gazet, ogłoszenia, notatki urzędowe. W powieści wojennej rozdziały rozpoczynają notki prasowe opatrzone tytułem gazety (przede wszystkim gadzinowego „Nowego Głosu Lubelskiego”), ceną i datą, które luźno wiążą się z akcją utworu, ale odnoszą się do wydarzeń historycznych i ilustrują nastroje społeczne. W strategii promocyjnej wykorzystano także graficzną stronę książek.

Poszukiwanie efektu realności (określenie Aleksandry Chomiuk) w kryminałach retro należy uznać za zabieg retoryczny, mający uwiarygodnić obraz przeszłości, a także potwierdzić kompetencje autora. Ponieważ elementy opisywanej historii dają się zweryfikować w oparciu o archiwalia, powieść retro w wariacie proponowanym przez Wrońskiego może pełnić funkcję poznawczą, czyli spełniać postulat retorycznego *docere*. Pouczanie jako intelektualna droga perswazji (Lausberg 2002:147) ma szansę skutecznie oddziaływać na tych czytelników, którzy poszukują w lekturze

czegoś więcej niż rozrywki. Historia wykorzystana w utworze przyczynia się do nobilitacji gatunku, czyni zeń rodzaj intelektualnej gry z czytelnikiem, nie tylko na poziomie zagadki, ale także tła powieści. Kostium historyczny w retrokryminałach staje się równie ważny co emocjonująco skonstruowana akcja – jest argumentem zachęcającym audytorium do lektury.

4.2. Aktualizacja historii

Obraz przeszłości Lublina, pieczołowicie rekonstruowany przez pisarza, z jednej strony przypomina i chroni od zapomnienia fragment dziejów miasta, a nawet tworzy jego literacką legendę. Z drugiej strony opisywana historia jest aktualizowana i wpisywana w kontekst wydarzeń współczesnych. Pisarz wyraźnie eksponuje związki między epoką dwudziestolecia a czasami obecnymi:

(...) jesteśmy skłonni patrzeć na tamte czasy jak na jakiś rezerwat szlacheckich ideałów, wylęgarnię przyszłych bohaterów i lata naznaczone dyskretnym urokiem burżuazji. To jednak tylko pozory, bo ludzie i ich problemy były takie same. (Wroński 2008: 373)

W retrokryminałach Wrońskiego dystans do przeszłości zostaje maksymalnie skrócony. W pierwszej części cyklu intryga odkrywa związki mediów, polityki i biznesu – temat jakże bliski współczesnemu odbiorcy. W *Kinie „Venus”* autor przedstawia mechanizm działania gangu erotycznego, tom trzeci, choć prezentuje postacie działające w sytuacji ekstremalnej, pokazuje uniwersalne dylematy moralne i skomplikowane relacje międzyludzkie. Wroński prowadzi także grę z odbiorcą opartą na subtelnie wpłatanym aluzjach, na przykład w powieści *A na imię jej będzie Aniela* wzmiankuje o objawieniach Rozalii Celakówny, dotyczących wprowadzenia na tron Polski Jezusa Chrystusa, a wnikliwy czytelnik może skojarzyć to ze współczesnymi dyskusjami wokół świebodzińskiego pomnika.

Aktualizowanie historii świadczy o przyjmowaniu przez autora perspektywy odbiorcy. Z przeszłości pisarz wybiera elementy atrakcyjne dla współczesnego czytelnika, tworząc z nich obraz świata, który łatwo jest zrozumieć, zinterpretować i ocenić. Ponadto można zauważyć, że wojna nie stanowi u Wrońskiego granicy pomiędzy dwudziestolecie a czasami obecnymi. W cykl lubelskich retroopowieści wpisana jest ciągłość historii – zmieniają się dekoracje, ale ludzkie problemy pozostają takie same.

Umiejętnie wykorzystywany kostium retro współtworzy etos profesjonalisty kreowany przez pisarza, czego dowodzi analiza fabuły. Pierwsza część cyklu *Morderstwo pod cenzurą* wpisuje się w schemat „czarnego kryminału”, a historia w utworze pełni funkcję służebną wobec wydarzeń. W trzecim tomie cyklu *A na imię jej będzie Aniela* można zauważyć odwrócenie tych proporcji. Morderstwo służącej Anieli Biernackiej w 1938 roku staje się obsesją komisarza Maciejewskiego, który bez względu na okoliczności chce wytropić sprawcę. Śledztwo prowadzone przez bohatera stwarza pretekst do ukazania skomplikowanych losów postaci w czasie wojny i okupacji. Rozbudowane perypetie bohaterów i przedstawienie losów wojennego Lublina przeważają ilościowo i jakościowo na niezbyt skomplikowaną intrygą kryminalną. Kostium historyczny pomaga zamaskować pewne niedoskonałości fabuły i chroni wizerunek pisarza przed zarzutem o niekompetencję.

Przeszłość w kryminałach Wrońskiego staje się ważnym bohaterem cyklu. Dwudziestolecie przedstawione jako okres pełen napięć politycznych i narodowościowych, czas kryzysu ekonomicznego oraz konfliktów jest bliższe obecnym czasom, niż sugerowałyby to daty. Dzieje miasta pisarz przedstawia podobnie jak losy swoich postaci – wskazuje mocne i słabe strony Lublina, pokazuje jak wydarzenia historyczne odcisnęły na nim swoje piętno. Wykorzystując kostium historyczny Wroński eksponuje podobieństwo epok – chociażby w artykułach prasowych przytaczanych w utworach retoryka dziennikarska i sposób opisywania rzeczywistości jest uzależniony od opcji politycznej redaktora oraz nastawiony na sensację. Można odnieść wrażenie, że mimo rozwoju technologii, mechanizmy rządzące prasą wcale się nie zmieniły. Tak ukształtowana wizja przeszłości może być atrakcyjna dla czytelnika, który poznaje sekrety czasów przedwojennych, a także utwierdza się w przekonaniu, że problemy ludzkie, konflikty polityczne czy motywy zbrodni są takie same niezależnie od epoki.

4.3. Komizm

Sympatię czytelników autor zdobywa dzięki humorowi w swoich utworach. W warstwie elokucji Wroński wykorzystuje różne formy ekspresji i chwytów językowo-stylistyczne m.in. trawestację, dowcip oraz ironię. Na kartach powieści komizm występuje we wszystkich odmianach. Sytuacyjny: na przykład gdy komisarz Maciejewski zamawia kawę z prądem, ale „kawy wyłącznie dla koloru (Wroński 2008: 75), gdy tajniak Zielny chce zaimponować dziennikarce Zosi w trakcie przeglądu filmu awangardowego (Wroński 2008: 209, 214-217), który niefortunnie dla planów

amanta wieńczy seans pornograficzny lub w przytoczonej scenie:

Na placu targowym po prawej stronie jak zwykle kłębił się tłum wiejskich bab, służących i gospodyń domowych, które robiły zakupy, korzystając z cen niższych niż rano. Jedna, obłożona kosztami rozłożysta jejmość omal nie wpadła na maskę policyjnego auta. Szofer nacisnął klakson, na co baba tylko splunęła i ruszyła jak objuczony wielbłąd ku Browarnej. (Wroński 2007:26)

Komizm postaci: na przykład sąsiadka Maciejewskiego Kapranowa, która „pracowicie rozmazywała brud szmatą, a jej małe, sprytnie oczka myszkowały, szukając czegoś, co mogłaby zwędzić.” (Wroński 2007: 133) lub często przyglądający włosy amant Zielny. Humor słowny obecny jest zarówno w narracji, jak i w dialogach – nie brakuje nawiązań intertekstualnych, elementów pastiszowych, dosadnych sformułowań potocznych, a nawet wulgaryzmów użytych w humorystycznym kontekście.

Pierwsza herbata tego ranka była obrzydliwa, druga ohydna, trzecia smakowała jak cykuta Sokratesowi” (Wroński 2007: 139)

- (...) Pamięta pan zapewne, że w 1656 Szwedzi przyszli do Lublina i Zamościa od północy, a potem wojska kozackie ze wschodu.

- Tak, tak a Zamoyski z Zagłobą podarowali Karolowi Gustawowi Niderlandy. Proszę przejść do rzeczy! (Wroński 2007: 218)

Poczucie humoru rozładowuje napięcie związane z zagadką kryminalną, a w trzecim tomie cyklu również oswaja groźbę wojny. Jednak przede wszystkim tworzy więź łączącą autora z czytelnikami i jest chwytem nastawionym na pozyskanie przychylności odbiorców. Skuteczność metody potwierdzają liczne recenzje, w których czytelnicy przytaczają swoje ulubione sentencje oraz zabawne zwroty i cytaty z powieści.

Przychyłość i sympatię publiczności może zapewnić autorowi pozytywne nastawienie czytelników do głównego bohatera cyklu. Według teoretyka *creative writing* Dawigha V. Swaina (2010:256-265) postać literacka powinna spełnić marzenia odbiorcy, który śledzi jego losy. Ponadto mechanizm identyfikacji wywołują rozpoznawalność, podobieństwo i atrakcyjność postaci. Komisarz Maciejewski to postać typowa dla konwencji kryminału *noir* oraz powieści policyjnej – schematów wyzyskanych przez Wrońskiego w pierwszej części cyklu. Zyga kieruje Wydziałem Śledczym Komisariatu Głównego, a w czasach studenckich zdobył tytuł mistrza okręgu w boksie. W pracy polega na intuicji, a metody, które wykorzystuje, nie zawsze są

zgodne z literą prawa. Życie prywatne podporządkowuje zawodowemu, choć nie ma złudzeń, że żyje w sprawiedliwym świecie. Cynizm Maciejewskiego usprawiedliwia jego przeszłość wojskowa i udział w wojnie polsko-bolszewickiej; gruboskórność i przedmiotowe traktowanie kobiet, znajduje uzasadnienie w złamanym w przeszłości sercu. Komisarz ma wiele słabości: skąpstwo, nadmierną skłonność do mocnych trunków, niechlujstwo oraz niedostrzeganie emocji bliskich mu osób. Wady bohatera czynią go ludzkim i interesującym. W cyklu można zauważyć tendencję do ocieplania stereotypowego wizerunku policjanta, który na swój sposób dojrzewa do małżeństwa i choć wzbrania się przed patriotyzmem oraz bohaterstwem na pokaz, w zakończeniu *Anieli* mruga do czytelnika z więźniarki. Postać Zygi podsumowują słowa Swaina (2010:256): „Ekscytujący bohater, na przekór zdrowemu rozsądkowi i logice, rzuca wyzwanie przeznaczeniu i stara się uzyskać kontrolę nad rzeczywistością” W tym kontekście komisarz Maciejewski może spełniać marzenia odbiorców i budzić ich sympatię.

Ciekawie rozwijają się też biografie bohaterów drugoplanowych. Wybrilantowany amant Zielny w trzeciej części poczuł, że „zaczyna być człowiekiem starej daty” (Wroński 2011: 399), poukładany ewangelik, wielbiciel Mozarta, Eugeniusz Kraft, przeżywa wielką rodzinną tragedię, Róża walczy z uzależnieniem od morfiny, Jerzy Trąbicz przewodzi działaniom konspiracyjnym. Ewoluuje w utworach historie postaci przypominają serial. Poszczególne powieści stanowią odrębne epizody, ale dopiero lektura całego cyklu tworzy spójny obraz świata przedstawionego. Dlatego warunkiem powodzenia autora na rynku wydawniczym jest wykreowanie ciekawych i sympatycznych postaci, a tym samym przywiązanie audytorium do retrokryminałów.

5. Podsumowanie

Anna Gemra (2003:185) diagnozując współczesny rynek kultury popularnej zauważyła:

Toczy się wielka walka o to, by w świecie, w którym wszystko już było, znaleźć coś, co mogłoby zaciekać odbiorcę na tyle, by zechciał wydać swoje pieniądze – i by wrócił po nowy, podobny produkt. Od tego, na jak długo uda się złapać odbiorcę, zależy przecież być albo nie być wydawców, producentów czy pisarzy.

Patrzenie na literaturę przez pryzmat marketingu pozwala na postawienie tezy,

że skuteczna perswazja jest co najmniej tak samo ważna jak wartości artystyczne. Dlatego pisarz powinien dbać o swój wizerunek, zabiegać o przychyłność publiczności i potwierdzać wykreowany etos w tekstach literackich. Na rynku wydawniczym nie brakuje utworów kryminalnych, dlatego literaci muszą poszukiwać nowych środków na pozyskanie czytelników. Atrakcyjny dla publiczności okazał się kostium retro, który tworzy intrygującą scenę powieści, ale także pokazuje przemiany społeczne, kulturalne i polityczne w formie rozrywkowej.

Można sądzić, że cykl retrokryminałów Marcina Wrońskiego zdobył uznanie czytelników dzięki etosowi wiarygodności i rzetelności autora, ciekawym oraz budzącym sympatię postaciom, a także dzięki kostiumowi historycznemu, któremu twórca nadał wymiar aktualny. Pisarz umiejętnie wykorzystał popularną konwencję, opowiadając historię swego rodzinnego miasta, nieuwzględnionego dotąd na „kryminalnej mapie” Polski. Z punktu widzenia działań perswazyjnych należy także dodać, że w utworach pisarza tkwi duży potencjał promocyjny dla Lublina. Wroński ukazuje na Lublin jako miasto wielokulturowe, pełne sprzeczności, ale właśnie dlatego charakterystyczne i niepowtarzalne. Z bogatą historią, niepozbawione tajemniczych zaułków i tętniących życiem restauracji oraz własnego stróża prawa, który ma szansę stać się miejską legendą.

Bibliografia

Źródła

Wroński, Marcin (2007) *Komisarz Maciejewski. Morderstwo pod cenzurą*. Red Horse.

Wroński, Marcin (2008) *Komisarz Maciejewski. Kino „Venus”*. Red Horse.

Wroński Marcin (2011) *A na imię jej będzie Aniela*. Warszawa, Wydawnictwo W. A. B.

Wywiady

Bożko, Magdalena (2009) *Proza życia, a nie żadne liryzmy*. <http://www.dziennikwschodni.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20091024/MAGAZYN/429008010>, dostęp 30.09.2011

Choroś, Piotr i Justyna Choroś (2009) *Spryt pasożyta*. <http://www.hf.org.pl/ao/index.php?id=1199>, dostęp 30.09.2011

Olszewski, Marek (2011) *Marcin Wroński – współczesny człowiek renesansu*. <http://e-splot.pl/index.php?pid=articles&id=1313>, dostęp: 30.09.2011

Wilk, Marcin (2011) *Mapa, solidne buty i życzliwi ludzie. Wywiad z Markiem Krajewskim, mistrzem polskich kryminalów*. <http://www.polityka.pl/kultura/rozmowy/1517016,1,wywiad-z-markiem-krajewskim-mistrzem-polskich-kryminalow.read>, dostęp 30.09.2011

Wroński, Marcin (2010) *Jak redaktor z autorem* (2).

<http://wronski.wordpress.com/2010/12/16/jak-to-redaktor-z-autorem-2/#more-449>,
dostęp 30.09.2011

Wpisy na blogu autora

Wroński, Marcin (1.03.2008) *Kochany blogu*.

<http://wronski.wordpress.com/2008/03/01/kochany-blogu/#more-7>, dostęp 30.09.2011

Wroński, Marcin (05.04.2008) *Lewactwo, prawactwo i Web 2.0*.

<http://wronski.wordpress.com/2008/04/05/lewactwo-prawactwo-i-web-20/#more-52>,
dostęp 30.09.2011

Wroński, Marcin (26.08.2011) *Odmienny stan świadomości*.

<http://wronski.wordpress.com/2011/08/26/odmienny-stan-swiadomosci/#more-541>,
dostęp 30.09.2011

Opracowania

Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*. (wyd. 1958), przekł. H. Podbielski. Warszawa, PWN.

Chomiuk, Aleksandra (2011) „*Mroczne dwudziestolecie. Obraz międzywojnia w polskich retrokryminałach ostatnich lat*”. W: *Sensacja w dwudziestoleciu międzywojennym (prasa, literatura, radio, film)*, pod red. Krzysztofa Stępnika i Moniki Gabryś, Lublin, Wydawnictwo WSPA, w druku.

Eco, Umberto (2008) *Superman w literaturze masowej. Powieść popularna między retoryką a ideologią*. Kraków, Wydawnictwo Znak.

Gemra, Anna (2003) „*Uwieść strachem. Sterowanie emocjami odbiorcy we współczesnych tekstach grozy*”. W: *Uwieść słowem czyli retoryka stosowana*, pod red. Jakuba Z. Lichańskiego, Warszawa, Wydawnictwo DiG, s. 185-206.

Gostyńska, Dorota (2003) „*Po co nam szczudła? O etosie i autorytecie mówcy na przykładzie mowy ks. Józefa Tischnera nad grobem Krzysztofa Kiesłowskiego*”. W: *Retoryka na ambonie. Z problemów współczesnego kaznodziejstwa*, pod red. Piotra Urbańskiego, Kraków, Wydawnictwo „M”, s. 17-39.

Grad, Jan (1987) „*Etos*” W: *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, pod red. Zofii Staszczak, Warszawa, PWN.

Jaroszyński, Czesław i Piotr Jaroszyński (2008) *Kultura słowa. Podstawy retoryki klasycznej*. Szczecinek. Fundacja Nasza Przyszłość.

Kenrick, Douglas T., Steven L. Neuberg i Robert B. Cialdini (2002) *Psychologia społeczna*. przeł. A. Nowak, O. Waśkiewicz, M. Trzebiatowska, M. Orski, Gdańsk, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Lausberg, Heinrich (2002) *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*. przekł. A. Gorzkowski, Bydgoszcz, Wydawnictwo Homini.

Leary, Mark (2007) *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Martuszevska, Anna (1998) „*Co można badać w literaturze popularnej przy pomocy retoryki*”. W: *Retoryka i badania literackie*, pod red. Jakuba Z. Lichańskiego, Warszawa, Uniwersytet Warszawski.

Skwara, Marek (2010) „*Ethos humanistyczne a retoryka*”. W: *Etos humanistyczny*, pod red. Piotra Urbańskiego, Warszawa, Wydawnictwo Neriton.

Swain, Dwight V. (2010) *Warsztat pisarza. Jak pisać, żeby publikować*. przeł. M. Burdzy-Barrington, Józefów, AG-TEL.

Szlachetka, Małgorzata (2010) *Nieprawdopodobna historia Szamy Grajera z Lublina*. http://lublin.gazeta.pl/lublin/1,48724,7504764,Nieprawdopodobna_historia_Szamy_Grajera_z_Lublina.html, dostęp 30.09.2011.

Wasilewski, Jacek i Adam Skibiński (2008) *Prowadzeni słowami. Retoryka motywacji w komunikacji publicznej*. Warszawa, Difin.

Marcin Styszyński
Zakład Arabistyki i Islamistyki
Katedra Studiów Azjatyckich UAM

WYKORZYSTANIE TRADYCYJNEJ SYMBOLIKI WE WSPÓŁCZESNEJ KULTURZE ARABSKIEJ

Artykuł przedstawia sposoby wykorzystania tradycyjnych i religijnych symboli we współczesnych społeczeństwach arabskich. Analiza pokazuje, że elementy natury i klimatu odgrywają istotną rolę w kreowaniu symboli w świecie arabskich. Jednakże rozważania prezentowane w artykule wskazują na różnice między zachodnim a arabskim rozumieniem poszczególnych symboli. Widoczne jest to w przykładach pokazujących pozytywne znaczenia księżyca, chłodu, drzew czy wody. Ponadto ciepło, słońce i ogień wywołują negatywne emocje i konotacje. Analiza dowodzi także, że wiele tradycyjnych i historycznych symboli zakorzenionych w muzułmańskiej i arabskiej kulturze jest wciąż obecna w codziennym życiu w Afryce i na Środkowym Wschodzie, niezależnie od wpływów kultury zachodniej oraz procesów globalizacji.

Use of traditional symbolism in contemporary Arab culture

The paper refers to the application of traditional and religious symbols in the modern Arab societies. The analysis shows that elements of nature and climate play an important role in the creation of particular symbols in the Arab world. However, the considerations presented in the paper show some differences between Western and Arab understanding of symbols. This may be observed in the examples demonstrating positive and specific significations of the moon, coldness, trees or water. Besides, the meanings regarding heat, sun or flames are related to negative emotions and connotations. Moreover, the analysis also proves that many traditional and historical symbols rooted in Islam and Arabic culture are still present in everyday life regardless of Western influences and the impact of globalization in Africa and the Middle East.

Od wieków symbole odgrywały istotną rolę w kształtowaniu tradycji i kultury świata arabsko-muzułmańskiego. Mimo rozmaitych wydarzeń historycznych, społecznych i politycznych, a także wpływów różnych cywilizacji, określone znaczenie symboliki na stałe wpisało się w świadomość mieszkańców Bliskiego Wschodu.

Symbol to jeden ze sposobów przedstawiania myśli, pojęć i znaczeń, które odnoszą się do różnych aspektów ludzkiej egzystencji. Symbole to znaki wywiedzione z przykładów ze środowiska naturalnego, określonych postaci, towarzyszących im

łosów, wydarzeń historycznych, tradycji i religii czy też krajobrazów i opisów występujących w otaczającym świecie. Symbole odwołują się ponadto do wewnętrznej sfery uczuć i koncentrują się na emocjach i doznaniach związanych z pojmowaniem danego pojęcia (Sławiński 1994: 243-244; Al-Hawi 1986: 65-67). Takie elementy decydowały ponadto o czytelności i podniosłości poszczególnych znaków wśród społeczności arabskich.

Z uwagi na dobre umiejscowienie w kulturze, historii, tradycji i otaczającej rzeczywistości, symbole posiadają znakomite właściwości perswazyjne, co wpływa na ich miejsce w retoryce. Poszczególne znaki pozwalają na przykład ilustrować pojęcia odnoszące się do cech charakteru zρέcznie ukrywanych przez człowieka. Dotyczą również dziedzin pozbawionych zazwyczaj wyższych wartości duchowych, sentymentalnych czy poetyckich. Niektóre symbole opisują więc produkty handlowe oraz działalność polityczną różnych ugrupowań i partii.

Symbol jako termin literacki nie jest jasno sprecyzowany w klasycznej retoryce arabskiej¹. Nie oznacza to bynajmniej, iż kwestia ta nie pojawiała się w nauce o elokwencji arabskiej. Warto przypomnieć w tym miejscu o zasadzie retorycznej *bajan* (jasne wyrażanie się), która obejmowała między innymi korzystanie z precyzyjnego słownictwa w pełni określającego dane znaczenia. Badacze retoryki arabskiej wspominali często o wskazówkach i znakach niesionych przez słowa oraz o wieloznaczności wyrazów, które mogą odnosić się do szerokiego zakresu semantycznego. Rozwijając tę teorię można stwierdzić, iż wspomniane wskazówki bądź znaki zawarte w pojedynczych wyrazach stanowią jednocześnie rodzaj symboli opisujących różnorodne zjawiska. Trzeba również dodać, iż symbole mogą występować jako elementy budowy różnych figur retorycznych, typu porównanie czy metafora. Poszczególne wyrazy tworzące retoryczne konstrukcje nawiązywały ponadto do emocji i doznań odbiorcy poprzez niezwykle opisy i skojarzenia (Naszzawi 1980: 466; Abd ar-Rahman 1994: 11).

Poniższe rozważania odnoszą się do wybranych przykładów symboliki, które wciąż pełnią istotną funkcję w życiu codziennym przeciętnego mieszkańca krajów

.....
1. Badania nad symboliką zostały podjęte dopiero w drugiej połowie XX wieku przez ruch symbolistów we Francji, Belgii, a następnie w Libanie i Egipcie. Wtedy też literaci przedstawili definicje symboli i określili ich znaczenie w klasycznej i współczesnej literaturze arabskiej. Przedmiotem badań symbolistów była analiza symbolicznego charakteru postaci literackich, elementów środowiska naturalnego i zjawisk przyrodniczych od strony ich wpływu na wrażenia i uczucia odbiorcy. Podejmowano się także interpretacji danego symbolu, korzystając przy tym z motywów pojawiających się w klasycznych dziełach literackich. Oznacza to, iż podstawy pod przyszłe studia nad symbolami zostały wytyczone przez klasycznych literatów i filologów arabskich. Zob. Naszzawi 1980: 466.

arabskich, mimo coraz większych wpływów zachodnich w regionie, komercjalizacji sfery publicznej oraz postępującej globalizacji. Wiele poniższych przykładów znajduje również szerokie zastosowanie w szeroko rozumianej kulturze masowej, mass-mediach czy też polityce, a także stanowi przedmiot dobrze utrwalonych stereotypów².

O wartości symboliki we współczesnym świecie arabskim świadczą również znaki i ilustracje umieszczane na plakatach wyborczych i afiszach partyjnych, które są skierowane do prostego odbiorcy arabskiego, który nie zna klasycznego języka arabskiego i posługuje się wyłącznie niezapisywanymi formami dialektalnymi. Odpowiednie symbole pozwalają w przystępny sposób kojarzyć danego kandydata lub partię z charakterystycznym znakiem nawiązującym zarówno do przyrody, jak i przedmiotów codziennego użytku.

Istotną rolę w kształtowaniu symboli w świecie arabskim odgrywała przyroda, zwłaszcza świat zwierząt, roślinność, żywioły i klimat. Świadczy o tym rozwój nauk humanistycznych i ścisłych oraz piśmiennictwo powstające w okresie świetności imperium arabsko-muzułmańskiego za czasów panowania dynastii abbasydzkiej (750-1258). Naczelne miejsce w kształtowaniu takich dziedzin jak teologia, filozofia, medycyna, matematyka czy geografia odgrywały wówczas nauki przyrodnicze i empirystyczne podejście do świata. Taki obraz badań był obecny między innymi w twórczości czołowych przedstawicieli nauki i kultury arabsko-muzułmańskiej, Ibn al-Muqaffa (zm. 756) oraz Abu Usmana al-Dżahiza (zm. 869), którzy byli autorami wybitnych dzieł literackich dotyczących przede wszystkim środowiska naturalnego. Obok naocznych obserwacji i opisów zwierząt, roślinności i warunków klimatycznych wymienieni twórcy zaprezentowali bogate kompendium wiedzy przyrodniczej opartej na staroarabskich wierzeniach, anegdotach, legendach czy też źródłach religijnych.

Głównym mottem wielu opracowań była chęć wykazania ścisłego związku człowieka z przyrodą. Zarówno Al-Dżahiz, jak i Ibn al-Muqaffa podkreślali doskonałość Stwórcy, który w każdym stworzeniu upatrywał nieskazitelność i piękno. Al-Dżahiz rozwinął ten pogląd, podając szereg pobocznych spostrzeżeń. Zauważył między innymi, że człowiek nie jest w stanie żyć poza swoim środowiskiem w osamotnieniu. Według niego relacja ta przypomina życie w stadzie, którego istnienie jest uzależnione od wzajemnego wsparcia danego osobnika. Podkreślał ponadto, że

.....
2. Analiza przykładów wskazujących na współczesne zastosowanie symboliki oparta jest na moich osobistych obserwacjach codzienności arabskiej w czasie kilkuletniego pobytu w Egipcie, a także na dotychczasowych badaniach w tym zakresie. Zob. Styszyński 2007

człowiek jest nieodłączną częścią środowiska naturalnego (Balmalih 1984: 42-43). Towarzyszą mu podobne lub takie same procesy jak ma to miejsce w przypadku zwierząt, roślin czy zjawisk atmosferycznych. W opinii Al-Dżahiza gromadzące się chmury, z których następnie pada deszcz, kura znosząca swoje jajka to idealny obraz przemijania ludzkiej egzystencji (Abu Mulhim 1994: 134-135).

Tematyka przyrodnicza wielu dzieł piśmiennictwa arabskiego odpowiadała ponadto założeniom literatury moralizatorskiej określanej mianem *adabowej*. Wywodziła się ona od arabskiego słowa: *adab* oznaczającego edukację i dobre wychowanie. Dobrym przykładem w tym miejscu jest dzieło wspomnianego Ibn al-Muqaffa pt. *Kalila i Dimna*. Pouczający i moralizatorski charakter utworu opiera się na zbiorze bajek, w których głównymi bohaterami są zwierzęta. Ich losy, rozmowy i zdarzenia, jakie im towarzyszą są upomnieniem i przestrogą dla władców i społeczeństwa (Ibn al-Muqaffa 1991). *Adabowa* funkcja utworu realizowana jest przede wszystkim poprzez opisy przykładów zwierząt, które odzwierciedlają i symbolizują określone cechy charakteru i postawę człowieka (Bielawski 1995: 131). Wykazywanie relacji między człowiekiem a otaczającym go środowiskiem naturalnym stanowiło znakomite podłoże dla kształtowania późniejszej symboliki w kulturze arabskiej.

Znaczenie wielu symboli można podzielić na dwie charakterystyczne grupy. Pierwszy obszar obejmuje znaki wnoszące pozytywne cechy związane z określonymi pojęciami. Tymczasem druga grupa odnosi się do negatywnych skojarzeń determinujących dane znaczenia.

Symbolika lunarna

Jednym z wiodących, pozytywnych symboli jest motyw nocy, księżyca oraz gwiazd uosabiających optymizm, radość i wewnętrzną harmonię. Przyjazne skojarzenia związane z tymi pojęciami wynikają przede wszystkim z określonych uwarunkowań klimatycznych w świecie arabskim oraz bogatej tradycji muzułmańskiej.

W pierwszej kolejności należy zaznaczyć, iż wiele obyczajów muzułmańskich jest powiązanych z cyklicznością faz księżyca, który wyznacza kalendarz, a wraz z nim poszczególne święta i rocznice. Charakterystycznym przykładem wskazującym na rangę księżyca, gwiazd i nocy świadczy święto *Lajlat al-kadr* (Noc mocy) odbywające się pod koniec miesiąca postu – Ramadanu. Tradycja religijna podaje, iż w przypadającej wówczas nocy z nieba zstępują anioły i następuje swoiste przesilenie sił natury i mocy duchowych. Dlatego też wierni spędzają zazwyczaj tą noc na wspólnej recytacji Koranu, medytacji lub nocnym czuwaniu. Motywy związane

z księżycem i gwiazdami stosowane były również w muzułmańskiej sztuce sakralnej, zastępując w ten sposób zakaz portretowania postaci, zgodnie z zasadą ikonoklazmu w islamie (Natan 2006: 390-393). Takie pojmowanie nocy przełożyło się na codzienne życie mieszkańców regionu, którzy bardzo często rozpoczynali swoją aktywność po zmierzchu. Nie bez znaczenia pozostają tutaj sprzyjające uwarunkowania atmosferyczne, pozwalające wytchnąć po trudach upalnego dnia. Przyjazne skojarzenia związane z księżycem zostają zawarte również w licznych nazewnictwie oznaczającym poszczególne jego formy. Obok powszechnie występujących słów *qamar* (ogólna nazwa dla księżyca, również jako naturalnego satelity Ziemi) czy *hilal* (półksiężyc), język arabski zawiera słowo *badr* (pełnia księżyca) stosowane zazwyczaj w poezji i ludowych podaniach przy opisie pięknej twarzy u kobiety. W tym wypadku zestawianie urody z nocą lub księżycem dla zachodniego odbiorcy może wydawać się niestosowane. Jednakże dla arabskiego odbiorcy ujmujący motyw zmierzchu wypełnionego okrągłą tarczą księżyca niesie ze sobą pozytywne skojarzenia.

Znaczenia nocy rozświetlonej księżycem i gwiazdami zostały również przeniesione na grunt codziennej symboliki występującej w wyobraźni masowego odbiorcy. Abstrahując od księżyca i gwiazd występujących w emblematkach, godłach i monetach wielu krajów, uwagę zwraca wykorzystanie tych elementów w produktach handlowych, usługach i kulturze masowej.

Jest to szczególnie widoczne w Ramadanie, kiedy życie mieszkańców ożywa w porze wieczornej po kolacji przerywającej całodzienny post. Obserwuje się wówczas wzmożone zainteresowanie społeczeństwa zakupami, rodzinnymi spacerami i wspólnym spędzaniem czasu w centrach handlowych, klubach i restauracjach. Firmy handlowe, usługowe i medialne wykorzystują ten okres do promocji swoich produktów i ofert. Różnym reklamom towarzyszą grafiki i zdjęcia ilustrujące półksiężyc, gwiazdy, zdobnicze zapisy wersetów koranicznych oraz popularne lampiony rozświetlające budynki miejskie.

Motywowi związanym z nocą i księżycem towarzyszy zazwyczaj przyjemny chłód i przyjemny powiew wiatru. Kojące działanie wieczornej temperatury oddaje popularny w języku arabskim metaforyczny zwrot: *saladża nafsī* (zmroziła się moja dusza) określający wytchnienie i spokój wewnętrzny zakłócany męczącym upałem (Mundżid fi al-lugha wa al-alam 2005: 74).

Symbolika flory

Należy zauważyć, iż pozytywne funkcje symboli są często przypisywane przykładom fauny i flory, które charakteryzują się swoją wyjątkowością i rzadkością na tle surowego, gorącego pustynnego lub półpustynnego klimatu. Dotyczy to między innymi rzadkich drzew oraz gajów oliwnych i palmowych.

Szczególne znaczenie w świecie arabskim ma obraz palmy. Tradycja islamska wskazuje między innymi, iż prorok Mahomet spędził swoje dzieciństwo w prostym domu pokrytym łodygami palmy. Drzewo to wyróżnia się ponadto na tle pustych, rozległych terenów pustynnych jako najważniejsza roślina uprawna. Dawało mieszkańcom schronienie, opał i jedzenie. Stąd przypisywanie mu takich symbolicznych znaczeń jak ochrona, bezpieczeństwo i ciepło domowego ogniska oraz dominacja nad innymi elementami otaczającej przyrody. Wartości te wpłynęły niewątpliwie na przyjęcie palmy jako godła i emblematów w wielu krajach arabskich, zwłaszcza państwach Zatoki Perskiej. Znak palmy stanowi nieodłączny element godła takich krajów jak Arabia Saudyjska czy Katar. Jest ponadto obecny na banknotach i monetach w wielu innych krajach regionu.

Pojęcie drzewa było wzmacniane dodatkowo poprzez ludowe wierzenia mówiące o magicznych mocach pnia uosabiającego sprawy doczesne oraz gałęziach kojarzonych z problematyką duchową. Staroarabskie wierzenia opierały się przede wszystkim na kształcie drzewa – z gałęziami wniesionymi wysoko ku niebu oraz twardym pniem mocno osadzonym w ziemi (Dziekan 1997: 30-31; Grabowska 1996: 92).

Obraz palmy lub oazy jest wykorzystywany bardzo często w rozmaitych kampaniach promocyjnych firm deweloperskich i turystycznych. Abstrahując od licznych reklam zawierających ilustracje gajów palmowych, uwagę zwracają przedsiębiorstwa operujące słownictwem odwołującym się do omawianego gatunku drzewa. I tak nowoczesne osiedla mieszkaniowe bądź kurorty w Egipcie noszą często nazwy w rodzaju *Nachil* (Palma daktylowa) lub *Waha* (Oaza). Obok nazw arabskich, wykorzystywane jest wielokrotnie nazewnictwo anglojęzyczne, co jest wyraźnym wskazaniem adresata – odbiorcy zagranicznego³.

Pozytywny wymiar palmy jest ściśle związany ze znaczeniami dotyczącymi symboliki zboża i jego rodzajów, zwłaszcza motywu ziarna i kłosa. Podobnie jak w wypadku palmy, motyw ten występuje na godłach narodowych, emblematach

3. Przykłady pochodzą z licznych bannerów reklamowych zawartych w czasopismach i codziennych gazetach arabskich takich jak na przykład dziennik Al-Ahram z dnia 28.10.11. s. 21: <http://www.ahram.org.eg> lub Akhbar al-youm z dnia 29.10.11. s. 11: <http://www.akhbarelyom.org.eg/issue/>).

i monetach. Symbolika zboża jest tożsama w dużym stopniu z kulturą zachodnią i odnosi się do takich pojęć jak dar życia, pomyślność, obfitość i urodzaj (<http://www.symbolizm.obrazy-olejne.org/symbol-zboze/676/>). W świecie arabskim znaczenia te są dodatkowo wzmocnione trudnościami klimatycznymi utrudniającymi uprawę. Silny wpływ na pojmowanie symboliki zboża wywarła ideologia komunistyczna i socjalistyczna, która zaczęła odgrywać ważną rolę na arabskiej scenie politycznej na początku XX wieku (Hanna, Gardner 1969).

We współczesnej kulturze masowej symbolika zboża występuje w wielu kampaniach reklamowych banków arabskich, którym towarzyszy obraz ziarna i kłosów oraz metaforyczne hasła w rodzaju: „Uprawiaj ziarno szczęścia”, które mają zachęcać do korzystania z ofert proponowanych przez instytucje, wzbudzając jednocześnie skojarzenia związane z pomyślnością i sukcesem finansowym⁴.

Symbolika wody, słońca i ognia

Wyjątkowość przyrody w świecie arabskim obejmuje również zbiorniki wodne, zwłaszcza rzeki, strumienie i oazy. Woda należy do symboliki akwaticznej i zajmuje szczególne w religii jako motyw oczyszczenia z grzechów codzienności. W chrześcijaństwie chrzest i związane z nim zanurzenie w wodzie symbolizuje odrodzenie. Tymczasem w islamie każdy wierny przed rozpoczęciem modlitwy obmywa swoje ciało, wyrażając w ten sposób czystość i gotowość do duchowego spotkania z Bogiem (Dziekan 1997: 106). Woda to także źródło życia. Bóg, kształtując świat, najpierw stworzył wody: morza, rzeki i oceany. W Koranie woda była darem Boga dla wiernych, a jej brak – karą za grzechy. Raj obiecany po śmierci obfitował w rwące potoki (Gaid 1982: 316-317). O szczególnych właściwościach wody w społeczeństwie arabskim świadczą nazwy rozmaitych firm destylacyjnych i produkujących wodę. W wielu krajach arabskich dominują nazwy napojów typu: *hajat* (życie) lub *safija* (czystość).

Pozytywna symbolika związana z rzadkością roślin i życiodajnej wody była przeciwstawiana surowym, gorącym warunkom klimatycznym, które najlepiej ilustruje motyw pustyni i żar słońca. Obraz ten miał szczególne znaczenie w literaturze przedmużłmańskiej wśród plemion i poetów zamieszkujących dzisiejsze tereny Zatoki Perskiej. Ówczesna poezja obfitowała w różnorodne, barwne opisy ilustrujące obraz opustoszałego obozowiska beduińskiego, oddalającą się karawanę oraz pustkę

4. Reklamy ofert bankowych pojawiają się od lat w codziennej prasie egipskiej, np. w czołowych dziennikach takich jak *Al-Ahram* czy *Al-Masry al-youm*.

wypełniającą okolicę (Beeston 1983: 27-111). Dodatkowym argumentem były liczne figury retoryczne porównujące twarz kobiety do słońca. W przeciwieństwie do kultury zachodniej, takie porównanie odnosiło się do spalonej słońcem twarzy niewiasty, co ostatecznie nie budziło tak przyjaznych skojarzeń jak w wypadku wspomnianego wyżej księżycy w pełni.

Tradycja i kultura arabska utrzymała stereotyp wymarłych, skalistych terenów wzbudzających wśród mieszkańców niepewność, samotność i strach. Wszechogarniające gorąco było zarazem utożsamiane z wizją ognia piekielnego, któremu nadawano różne nazwy i rodzaje. Występował na przykład płomień o nazwie *saqar* charakteryzujący się wysoką temperaturą trawiącą ciało grzesznika pozostawiając jedynie kości. Wyróżnia się także palący ogień *samum*, który z uwagi na swój żar, nie wywoływał dymu. Występuje także ogień *sa'ir* powodujący ogromne tortury piekielne i cierpienia. Płomienie *hutama* mają z kolei właściwości niszczące i kruszące (Ankerberg, Caner 2009: 55-57).

Rozbudowane nazewnictwo związane z piekłem znajduje obecnie duże zastosowanie we współczesnej retoryce polityczno-religijnej radykalnych teologów i liderów politycznych. Liczne odezwy tych środowisk zawierają metafory i porównania odnoszące się do pojęcia płomieni przypisywanych adwersarzom politycznym. Ogień, zdaniem ekstremistycznych organizacji, ma być karą za określoną politykę poszczególnych rządów i decyzje polityczne państw zachodnich wobec świata arabskiego. Odwoływanie się do motywu piekła kształtuje jednoznaczne, krytyczne opinie w myślach odbiorcy, który identyfikuje jego charakterystykę z przeciwnikami politycznymi.

Symbolika zwierząt

Wciąż żywymi symbolami w świecie arabskim pozostają niektóre przykłady zwierząt, które poprzez swoją naturę i wygląd znakomicie odzwierciedlają cechy przypisywane ludziom. Takim przykładem jest między innymi lew.

Lew w symbolice arabsko-muzułmańskiej jest jednak przede wszystkim uosobieniem odwagi, drapieżności i panowania. Dowodem na to mogą być liczne imiona przypisywane zwierzęciu. Lew o imieniu *Darbus* wyróżniał się potężnym cielskiem. Wyras *Darwus* określał tymczasem lwa o potężnej głowie. Drapieżnik odznaczający się swoją odwagą, walecznością i drapieżnością przybierał imię *Dawwus* (Szukr 1985: 74). Współczesna arabszczyzna funkcjonująca w języku polityki rozróżnia dwa określenia dla drapieżnika. Termin *asad* jest naczelną i uniwersalną nazwą.

Tymczasem wyraz *lajs* zawiera dodatkowe znaczenia podkreślające odwagę, waleczność i drapieżność (<http://www.baheth.info>).

Dominacja lwa była również związana z jego przeraźliwym rykiem i bezwzględnością wobec słabszych osobników, u których drapieżnik wzbudzał strach, przerażenie, ale i szacunek (Kopaliński 1990: 194-195). Z uwagi na swoją potęgę stanowił zarazem symbol ochrony przed złem i zagrożeniem (Dziekan 1997: 58).

Cechy przypisywane lwu są wykorzystywane obecnie w propagandzie rozmaitych środowisk polityczno-religijnych. Jest to szczególnie widoczne na przykładzie konserwatywnych kazań religijnych wygłaszanych w meczetach (ar. *chutba*) i manifestów radykalnych ugrupowań odwołujących się w swojej ideologii do islamu⁵. Lew służy bardzo często jako sposób na eufemistyczne opisanie działalności bojowników i partyzantów uczestniczących w konfliktach zbrojnych na Bliskim Wschodzie. Określa także męczenników poległych w walce, a także autorów zamachów terrorystycznych. Przykład lwa umożliwia w ten sposób ukrycie krytycznych wartości związanych z działalnością zbrojną i nadanie pozytywnego przesłania związanego z bohaterstwem i walecznością bojowników.

Tradycja arabsko-muzułmańska wyróżniała także zwierzęta zaliczane do kategorii symboliki negatywnej. Zamieszkiwały one zazwyczaj wymarłe, opustoszałe tereny, co dodatkowo intensyfikowało ich krytyczne znaczenie. Dotyczyło to w szczególności takich istot jak pies, świnia, kruk czy wąż.

Negatywna symbolika przypisywana jest między innymi węzowi (ar. *hajja*), który uosabiał wcielonego szatana i wzbudzał powszechny strach wśród tradycyjnych społeczności arabskich. Gad stanowi przede wszystkim symbol fałszu, podstępności i dwulicowości. Cechy te wynikają głównie z wielu podań ludowych i wierzeń religijnych. Obrazem węża był często smok o kilku głowach, który atakował mieszkańców. To z jego powodu powstawały różne amulety i odprawiane były obrzędy i ceremonie, które chroniły wiernych przed złem (Keller 1978: 71).

Pojęcia przypisywane węzowi stanowią znakomity element kampanii propagandowych w krajach Afryki i Bliskiego Wschodu. Wspomniane wyżej skrajne ugrupowania polityczno-religijne odnoszą zazwyczaj symbol węża do przeciwników

5. Kazania i manifesty radykalnych organizacji zamieszczane są na różnych stronach i forach internetowych. Wiele z nich występuje tymczasowo, część jest natomiast blokowana. Stałym źródłem rozmaitych publikacji są znane w świecie arabskim serwisy internetowe koncentrujące się na problematyce radykalnego islamu politycznego. Mowa o takich ośrodkach medialnych jak www.tawhed.ws czy na przykład www.islamway.com. Występują także pojedyncze strony internetowe stanowiące rodzaj archiwum dokumentującego rozmaite wystąpienia radykalnych teologów i liderów związanych ze skrajnym islamem politycznym. Przykładem takim jest między innymi serwis: www.nokbah.com/sahab.htm.

i wrogów politycznych i ideologicznych. Dotyczy to bardzo często polityki Izraela i Zachodu w regionie. Kraje te określane są bardzo często mianem *syjonistycznej żmii* (ar. *af'a sijonijja*) lub *żmii krzyżowców* (ar. *af'a salibijja*)⁶. Obraz węża wraz z arabskimi formami przymiotnikowymi determinuje politykę Izraela i Zachodu jako fałszywe, podstępne i niebezpieczne działania. Określenia wpływają zarazem na świadomość i emocje odbiorców, którzy poprzez dobre ugruntowanie symboliki w historii i obyczajowości, jednoznacznie odczytują tego typu komunikaty.

Równie krytyczne przesłanie związane jest z obrazem psa (ar. *kalb*), któremu od wieków przypisuje się najgorsze cechy dotyczące wyglądu, charakteru i postępowania. Współcześnie pies jest wykorzystywany w życiu codziennym w najostrzejszych obelgach i przekleństwach⁷. O konsekwencjach negatywnego wizerunku świadczy też obraz bezpańskich, dzikich psów blakających się po bezdrożach i opuszczonych okolicach.

Pies jest przede wszystkim symbolem zepsucia i braku moralności (Dziekan 1997: 83). Bardzo dużo wiedzy na temat postrzegania psa w historii i kulturze arabskiej wnoszą dzieła wspomnianego Al-Dżahiza, zwłaszcza siedmiotomowy utwór *Kitab al-hajawan* (Księga zwierząt).

W pierwszym tomie autor stara się wyjaśnić, ugruntować i rozwinąć negatywne przesłanki na temat tego zwierzęcia. Al-Dżahiz zauważa, że psy rozkopują groby i zjadają martwych (Al-Dżahiz 1958, t.1: 222, 224, 226). W innym fragmencie pierwszego tomu Księgi zwierząt autor dodaje, że pies ma niemiły zapach, gdy jego sierść zwilży deszcz. Pisarz dodaje nawet, iż odór psa służył skrytykowaniu jakieś osoby, o której mówiło się: „Jego zapach jest jak zapach psa, którego zwilżył deszcz” (Al-Dżahiz 1958, t.1: 226). Inną przesłanką kreującą krytyczny obraz psa jest obrzydliwy opis zjadania odchodów przez psa i wchłaniania z powrotem wymiotów (Al-Dżahiz 1958, t.1: 227). Al-Dżahiz podaje dodatkowe argumenty pochodzące z przysłów i ludowych sentencji. Pisarz nadmienia: „Prorok (Niech będzie z Nim pokój) rozkazał nam zabijać psy” (Al-Dżahiz 1958, t.1: 292). Al-Dżahiz dodaje również: „Aniołowie nie wchodzi do domu, w którym jest pies” (Al-Dżahiz 1958, t.1: 295).

Negatywne przesłanki dotyczące psa nawiązują również do Koranu i hadisów (przypowieści przypisywanych Mahometowi). W źródłach tych pies jest uważany za zwierzę nieczyste i potępione. Przestrzega się jednocześnie wiernych przed

6. Operowanie tego rodzaju nazewnictwem jest szczególnie widoczne w kazaniach fundamentalistycznych teologów islamskich i manifestach skrajnych grup związanych z ruchem terrorystycznym.

Zob. www.nokbah.com/sahab.htm.

7. Niektóre przykłady przekleństw wykorzystujących negatywny obraz psa można znaleźć w serwisie internetowym: http://arabic.desert-sky.net/coll_insult.html

spożywaniem padliny, co stanowi poważny grzech i występpek (Campo 2007: 200-201).

Innym potępianym zwierzęciem jest świnia (ar. *khanzir*). Negatywne znaczenie tego zwierzęcia wynika przede wszystkim z tradycji arabsko-muzułmańskiej, w której świnia uosabia nieczystość i upadek moralny (Dziekan 1997: 100). Podobnie jak w wypadku psa, podawany jest często argument mówiący o spożywaniu odchodów (Al-Dżahiz 1958, t.4: 40). Jakkolwiek mieszkańcy krajów arabskich nie operują na co dzień przekleństwami odnoszącymi się do świni tak często jak w wypadku psa. Można mówić tutaj raczej o rodzaju hierarchii w stosowaniu zwrotów potępiających drugą osobę. Wydaje się, że świnia jest umiejscowiona na jej szczycie jako najbardziej potępiana istota.

Równie ciekawa symbolika towarzyszy krukowi (ar. *ghurab*), który uosabia samotność i wyobcowanie. Wynika to przede wszystkim z przekazów biblijnych dotyczących Arki Noego. Noe wypuścił początkowo na poszukiwania lądu kruka, który jednak nie powrócił do Arki stając się jednocześnie przykładem wyalienowania, ale i spostrzegawczości oraz siły. Noe wybrał bowiem z początku właśnie kruka, choć miał jeszcze do dyspozycji inne ptactwo (Kopaliński 1990: 172-173). Innym dowodem świadczącym o cechach przypisywanych krukowi jest etymologia nazwy *ghurab* (kruk), która wykazuje związki znaczeniowe z arabskim rdzeniem *gharaba* określającym rzeczy dziwne i nieznane, a także oddalenie, odrzucenie i samotność (Dziekan 1997: 54). Z uwagi na przebywanie w odosobnionych miejscach, swoją odpychającą czarną wyróżniającą się na tle innych ptaków oraz spostrzegawczość, kruk symbolizował zwiastowanie nieszczęścia (Kopaliński 1990: 172-173).

Powyższe rozważania ukazują istotną funkcję kultury, historii, tradycji, a także otaczającej przyrody w kształtowaniu poszczególnych symboli w świecie arabskim. Symbole zbudowane w oparciu o takie czynniki są czytelne dla przeciętnego odbiorcy i wpływają na perswazyjne wartości danych znaków, co świadczy zarazem o wartościach retorycznych symboliki arabskiej.

Jednocześnie analiza przytoczonych przykładów pokazuje, iż właściwe odczytywanie danych symboli jest ograniczone do konkretnego kręgu kulturowego i cywilizacyjnego. Studia nad symboliką arabską wykazują także różnice w budowaniu symboli w świecie arabskim i zachodnim, zwłaszcza w kontekście przykładów środowiska naturalnego. W świecie arabskim zasadniczą rolę odgrywają motywy odwołujące się do księżyca, chłodu i wody. Obrazy te wyróżniają się na tle surowego klimatu, budząc przyjazne odczucia i skojarzenia. Jednocześnie przykłady ilustrujące żar pustyni i płomienie utożsamiane są z negatywnymi pojęciami

egzystencjalnymi. Pojęcia te są dodatkowo wzmocnione obrazami dzikich, nieprzystępnych zwierząt takich jak pies, kruk czy wąż.

Reasumując należy zaznaczyć, iż przytoczone przykłady symboli wskazują na aktualność i trwałość tradycji arabsko-muzułmańskiej kształtującej pojmowanie symboliki. Analiza określonych przykładów dowodzi ponadto, iż obyczajowość i kultura arabska pozostaje wciąż żywa mimo licznych wpływów zachodnich i nasilających się procesów globalizacyjnych w regionie.

Bibliografia

- Ankerberg, John. Emir Fethi Caner (2009) *The Truth about Islam and Jesus*. Eugene, Harvest House Publishers.
- Abu Mulhim, Ali (1994) *Al-Manahi al-falsafijja ind Al-Dżahiz*. Bajrut, Dar wa Maktabat al-Hilal.
- Balmalih, Idris (1984) *Ar-Ruja al-bajanijja ind Al-Dżahiz*. Ad-Dar al-Bajda, Dar as-Saqafa.
- Bielawski, Józef (1995) *Klasyczna literatura arabska*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Dialog”.
- Beeston, Alfred (1983) *Arabic literature to the end of the Umayyad period*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Campo, Juan (2007) *Encyclopedia of Islam*. New York, Facts on File.
- Dziekan, Marek (1997) *Symbolika arabsko-muzułmańska. Mały słownik*. Warszawa, Verbinum. Wydawnictwo Księży Werbistów.
- Al-Dżahiz, Abu Usman. *Kitab al-hayawan*. t. 1-7. (wyd. 1958), pod red. Abd as-Salam Harun. Al-Qahira, Mustafa al-Babi al-Halbi wa awladuh.
- Gaid, Tahar (1982) *Dictionnaire Elémentaire de l'Islam*. Alger, Office des Publications Universitaire.
- Grabowska, Barbara (1996) *Słownik Mitologii Hinduskiej*. Warszawa, Dialog.
- Hanna, Sami. George Gardner (1969) *Arab socialism: a documentary survey*. Leiden: Brill Archive.
- Al-Hawi, Ilja (1986) *An-Naqd wa al-adab*. t. 5. Bajrut: Dar al-Kitab al-Lubnani.
- Ibn Muqaffa, Abd Allah (1991) *Kalila wa Dimna*. Bajrut: Maktabat Lubnan.
- Keller, Józef (1978) *Zwyczaj, obrzędy i symbole religijne*. Warszawa, Iskry.
- Kopaliński, Władysław (1990) *Słownik symboli*. Warszawa, Wiedza Powszechna.
- Mundżid fi al-lugha wa al-alam (2005) *Bayrouth*, Dar al-Maszrik.
- Naszszawi, Nasib (1980) *Madchal ila dirasat al-madaris al-adabijja fi asz-szi'r al-arabi al-mu'asir*. Dimaszq, Alif Ba al-Adib.
- Natan, Yoel (2006) *Moon-o-Theism. Religion of a war and moon god prophet*. London, Lulu com.
- Ar-Rahman, Abd al-Hadi. (1994). *Sihir ar-ramz, muchtarat ar-ramzijja wa al-ustura*.

Al-Ladakijja, Dar al-Hiwar li-an-Nasr wa at-Tawzi

Sławiński, Janusz (1994) *Podręczny słownik terminów literackich*. Warszawa, Open.

Styszyński, Marcin (2007) „Język reklamy w świecie arabskim” *Bliski Wschód*, nr 4.

Szukur, Hadi (1985) *Al-Hayawan fi al-adab al-arabi*. Bayrut, Maktabat an-Nahda al-Arabiyya.

Źródła internetowe

<http://www.ahram.org.eg>

<http://www.akhbarelyom.org.eg/issue/>

http://arabic.desert-sky.net/coll_insult.html

<http://www.baheth.info>

www.islamway.com

www.nokbah.com/sahab.htm

<http://www.symbolizm.obrazy-olejne.org/symbol-zboze/676/>

www.tawhed.ws

Bartłomiej Starnawski
IBL PAN Warszawa

„MONSTRUM HORRENDUM, INFORME, INGENS, CUI LUMEN ADEPTUM... ?” RETORYKA JAKO WYZWANIE RZUCONE LITERATUROZNAWSTWU. SZKIC WARSZTATOWY

Celem tekstu jest namysł nad fenomenem retoryki rozumianej współcześnie jako metatekst kultury, jej recepcji i rezonansu w humanistycznym uniwersum: sposobów definiowania/redefiniowania retoryki w kontekście ontogenezy literatury (i jej deklarowanej emancypacji i autonomizacji formalnej względem normatywnego wzorca). Prezentowanym stanowiskiem teoretycznym jest twierdzenie: retoryka, której właściwością jest systemowy charakter ukształtowania wypowiedzenia, stanowi zespół archetypowych zachowań komunikacyjno-narracyjnych i – w sensie genetycznym – ram budujących każdy zorganizowany dyskurs. Literatura zaś jako integralna część tego systemu, jest w dwójnasób wtórnym systemem modelującym – względem języka i jego mechanizmów oraz retoryki jako naddanej formy organizacyjnej. Reasumując: przed gestem literackim i tuż za aktem językowym, zawsze znajduje się – niezależnie od stopnia ekspozycji – akt retoryczny, który funduje tekst. Skupimy się m. in. na zjawiskach: stylu (sekwencjacja → alternacja → projektowany masowy odbiorca) oraz narracji fabularnej z powieścią jako jej gatunkiem koronnym (proza retoryczna → hybrydyzacja formy fabularnej w XX wieku).

Monstrum horrendum, informe, ingens, cui lumen ademptum...?
 Rhetoric as a challenge for literary studies. A sketch.

The theme of the paper is to think about a phenomenon of rhetoric, understood today as a metatext of culture, its reception and resonance in a humanistic universe: the ways of defining/redefining of rhetoric in the context of the ontogeny of literature (and its declared formal emancipation and autonomy toward the normative pattern). Theoretical position presented is the theorem: rhetoric, whose quality is the systemic nature of defining of the formulation, is archetypal narrative-communication behavior, and – in the genetic sense – a framework that builds each organized discourse. Literature as an integral part of this system is doubly secondary modeling system – toward the language and its mechanisms, and rhetoric as added organizing form. To sum up: in front of a literary gesture and just behind the act of speaking, is always – regardless of the degree of exposure – rhetorical act which founds the text. We will

focus, inter alia, on phenomena: style (sequence→ alternation→ proposed mass recipient) and the story narration with a novel as its crown genre (rhetorical prose→ hybridization forms of story narration in the 20th century).

*Jeśli system nie zdoła stać się wszystkim,
nic z niego nie pozostanie. Jeśli zaś myśli
nie uda się być niczym, coś z niej pozostanie.*
Jean Beaudrillard¹

I.

Humanistyka współczesna zna – mówiąc metaforycznie – dwie drogi intelektualnego działania. Pierwsza z nich, to strategia burzyciela paradygmatu, druga zaś – fundatora tegoż. Trzecią ewentualnością pozostaje niezmiennie taktyka archeologiczna, której praktyka polega na przywracaniu rzeczy, idei i postaci historycznych właściwemu ich oświetleniu w ramach danej epoki, czy intelektualnego prądu oraz taksonomicznemu szacowaniu ich wartości. Powiemy na marginesie, iż postawy, o których mowa powyżej nie są w całości odkryciem XX i XXI wieku (jeśli wziąć przykładowo, choćby: wewnętrzne i zewnętrzne stosunki ewolucyjne towarzyszące ramowym postaciom gatunków typu: oda czy powieść), natomiast rzeczywistym *novum* są związki – by tak rzec – morganatyczne między nimi, którym zawsze ochoczo patronuje pojęcie historii (nawet gdy mowa o trybie ahistorycznym, czy pre-historii etc.). Jak dobitnie powiada Umberto Eco: „Także w dziedzinie idei monogamia nie jest oznaką braku libida”².

Retoryka jako dziedzina szczególna, rozumiana zarówno jako pewna normatywna praktyka elokucyjno-inwencyjna, a zarazem obszar teoretycznych poszukiwań, doczekała się także, stojąc cierpliwie w polu możliwości badawczych, własnych eksplikacji i interpretacyjnych mód. O tychże fluktuacjach pojęcia i *praxis* retoryki wielu już badaczy zechciało się wypowiedzieć obszernie i wyczerpująco, nie ma zatem potrzeby aby, prócz absolutnie koniecznych sygnałów, w tym szkicu sprawy te roztrząsać. Wystarczy wspomnieć instruktywno-komparatystyczne prace Jakuba Z. Lichańskiego³, czy – ostatnimi czasy – znakomite ekskursy teoretyczne

1. J. Beaudrillard, Zbrodnia doskonała, przeł. S. Królak, Sic!, Warszawa 2008, s. 178.

2. U. Eco, O literaturze, przeł. J. Ugniewska, A. Wasilewska, Muza, Warszawa 2003, s.151.

3. J. Z Lichański, Retoryka od renesansu do współczesności – tradycja i innowacja, Warszawa 2000; tenże, Retoryka. Historia – teoria – praktyka, t. 1 – 2, DiG, Warszawa 2007.

Marka Skwary⁴. Niemniej jednak, ów twórczy terminologiczny ferment (czy mówiąc bardziej elegancko za Stephenem Greenblattem i Jacques'em Derridą: cyrkulacja), o którym wspominaliśmy w skrócie, spowodowany był i – mówiąc najprościej – wspomagany zewnętrznie jednym z wielu grzechów wobec *complexio* retorycznego wywodu, a mianowicie – takim zwrotem w akcentowaniu, który nadmierne waloryzuje podmiot retoryczny („wypowiadacza”) i jego domniemane *ingenium*, oryginalność i wynalazczość, niżli sens i idee, za pomocą inkrustacji tekstu oderwaną od kontekstualnych źródeł nomenklaturą, prowadząc do nadużywania i w rezultacie – wypaczania retorycznych pojęć.

Retoryka w aspekcie takich praktyk stała się przeto, tu i ówdzie, swoistym toposem krytycznym, pełni rolę argumentu z autorytetu, niczym klasyczne „już w starożytności...”, „według Platona i Arystotelesa...”, czy w wersji uwspółcześnionej („wszechmocni”) „badacze amerykańscy twierdzą...”; wspierając niekiedy aurą inteligibilności pomysły na miarę osiemnastowiecznego rojenia o fluidzie uniwersalnym. Stąd, jak miemam, cała masa nieporozumień, która wymaga ciągłych refutacji. Przykładowo: redukcjonistycznego sposobu ujmowania retoryki, która to na przykład w pismach Benedetto Croce traktowana jest *en bloc* z punktu widzenia estetyki jako teoria ozdobności tekstu, czy u innych (na przykład niektórych przedstawicieli i terminatorów szkoły z Liège) jako figuratywno-tropologiczny sztam-buch, gdzie o realizacji podstawowej zasady zawartej w trójkącie: *delectare, docere, movere* – nie może być żadnej mowy⁵.

Nim zatem przejdziemy do głównej sfery problemowej tego szkicu, oddajmy

4. zob. m.in. M. Skwara, Entymemat – zapomniana kategoria historii i teorii literatury, w: Retoryka w Polsce. Teoria i praktyka w ostatnim półwieczu, red. M. Skwara, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.

5. W sposób bezwzględny zgadzam się z krytycznym stanowiskiem Skwary, który upomina się o rzeczywisty systemowy charakter retoriki techn: „Krytykuję tropologię – jedynie z punktu widzenia retoryki – za jej jednostronność polegającą m.in.: na odrzuceniu znacznej części dorobku klasycznej retoryki; na jej praktyce pasożytniczej, która przejawia się «we wchodzeniu» w teksty tych, którzy mają coś do powiedzenia i wpędzaniu ich w kłopoty. W żadnym razie nie jestem zwolennikiem jakiegokolwiek «antyretoryki» czy też tylko i wyłącznie tzw. retoryki klasycznej. Nie uważam za uzasadnione, a tak czynią dekonstrukcyoniści, aby w relacjach między retoryką a dialektyką podkreślać dominację tej pierwszej nad tą drugą, obcy mi jest też pogląd przeciwny – dominacji dialektyki nad retoryką. Wydaje się, że ma rację Arystoteles kiedy w Retoryce pisze, iż: «Retoryka jest antystrofą dialektyki» (1354a). (...) mój sprzeciw budzi również, przez swą dogmatyczność, znane hasło antyretoryczne: *res, non verba!*. Jestem jednak zdecydowanym przeciwnikiem retoryki sofistycznej, z powodu wpisanego w ten nurt, stanowiącego jego fundamentalną cechę, braku etyki, określanej też dzisiaj mianem «moralności sytuacyjnej», będącej cechą zarówno retoryki sofistycznej, jak i jej spadkobierczyni, czyli dekonstrukcji.” Zob. M. Skwara, O polskiej retoryce od 1945 roku, w: M. Skwara (red.), Retoryka, Gdańsk 2008, s. 28n.

wprzódę sprawiedliwość Mnemosyne rekonstruuując, czy uzgadniając zakres pojęcia *retoryka*, gdyż: „To oczywiste, że wciąż idziemy po śladach. Kto o tym nie wie, może mieć spory nakład, ale niedługo potrwa jego rozgłos. W każdej domenie twórczości zresztą – zamęt wśród kryteriów jest nagminny. Ale ów zamęt wcale nie znaczy, że kryteria znikły bezszelestnie.”⁶ – jak trafnie zauważa (pisząc o zjawisku narracji współczesnej) Alina Brodzka-Wald.

II.

Retoryka zawsze uchodziła za sztukę samorodną, dopiero postrzeżenie piękna mowy, przyjemności z niej płynącej, ale też skuteczności uczyniło celowym przekształcenie jej w system, metodologię rozrosłą w liczne subdyscypliny. Owoce, z których współcześni użytkownicy, np. treningów *public relations*, korzystają, pochodzą z drzewa wrosłego silnie korzeniami w żyzną glebę początków humanistyki (Protagorasa, Gorgiasza, Sokratesa i innych) wieku V – IV p.n.e. – czasów jedności retoryki (i literatury), filozofii i etyki.

Posiłkując się etymologią, zrekonstruuujemy teraz w skrócie sens pierwotny retoryki. Źródłosłów grecki wywiedziony z czasownika *reo* oznaczającego mowę celową, stosowną, piękną, krzyżuje się semantycznie z rzeczownikiem łacińskim *rethor*, czyli nauczycielem, teoretykiem/pedagogiem (wymowy) – ta nieprzekładalność na coś jednoznacznego, którą widać od razu, wywodzi się nie tylko z rozbieżności języka greckiego i łacińskiego, ale przede wszystkim z szerokiego zakresu i znaczenia bogatszego zasięgu retorycznej *praxis* w Helladzie promieniującej na kulturę nowożytną i współczesną po dzień dzisiejszy. Dla Arystotelesa, przypomnijmy: *dzoon logon* – człowiek był zwierzęciem rozumnym, ale i *logos* (myślącym/mówiącym)⁷. Idąc dalej – *persuasio*, oznaczające przekonania, ale też wiarę, opinię, przesąd, łagodność, ukojenie, spokój – wiąże się strukturalnie z *peitho* – namówić, nakłonić. A więc – odwoływać się do rozumu przez emocje, poprzez syntezę wykładników czysto intelektualnych, ale i do *ethos* – postawy moralnej. To istotne, bowiem

6. A. Brodzka-Wald, Ten niechciany, niezbędny włączęga: narrator, dziś, wydruk komputerowy [udostępniony dzięki uprzejmości ś.p. autorki], s. 1.

7. Wiedzę metodologiczną i etymologiczną czerpię z: M. Korolko, Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny, PWN, Warszawa 1998; J. Ziomek, Retoryka opisowa, Ossolineum, Wrocław 1990; J. Z. Lichański, Zarys historii retoryki, Wyd. UW, Wrocław 1995; M. A. Krąpiec, Ja – człowiek. Zarys antropologii filozoficznej, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1979; K. Szymanek, Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny, PWN, Warszawa 2001; E. R. Curtius, Literatura europejska i łacińskie średniowiecze, tłum. i oprac. A. Borowski, Universitas, Kraków 2005; U. Eco, Sztuka i piękno w średniowieczu, przeł. M. Olszewski, M. Zabłocka, Znak, Kraków 1994.

przedmiot wchodzący w obieg komunikacyjno-perswazyjny jako substrat komunikatu musi *ab initio* podlegać osądowi względem rzeczywistości zewnętrznej i wewnętrznemu wartościowaniu. Pierwszy zatem rozróżnienie, jaki zachodzi w warstwie semantycznej odwołuje się do sfery intencjonalnej i dotyczy bezpośrednio podmiotu retorycznego – ma on wybór pomiędzy normą idealną lub relatywnie wedle własnego uznania i potrzeby – *par excellance* – teleologią. Stąd pierwszy wniosek, że umiejętnie przeprowadzony wywód może kształtować obraz, np. wartości (jeżeli przedmiotem są jakieś idee, a stawką – stosunek do nich) w umysłach odbiorców.

Retoryka inaczej nazywana propagandą, uwypukli sens naszych wcześniejszych rozważań. W języku łacińskim, *propaganda* oznaczało tyle, co: szczepić winorośl, szerzyć, krzewić, plenić (*propagare*, stąd słowo propagować). Od tego miejsca widać już lepiej delikatną materię retoryki. Obcując bowiem z odbiorcą, zawsze postawieni jesteśmy przed wyborem konkretnej drogi: kiedy oblicze mówcy/nadawcy jest jawne, a cel dostęпно wyłożony, lub niejawnej, utylitarnej – kiedy cel jest ukryty, a dążenie do niego może być dla odbiorcy szkodliwe. Idealny (model) język mówcy dopasowany jest do odbiorcy (audytorium/społeczności) i bazuje na ścisłej wiedzy o jego potrzebach, marzeniach, predyspozycjach, poziomie intelektualnym, kompetencjach językowych, możliwych idiosynkrazjach itd. – mówca „bada” i jakby opanowuje język, w którym zawarty jest całościowy modelowy obraz projektowanego odbiorcy. Jest zawsze przeto przekaz retoryczny, tu: wniosek kolejny – świadomą intencją nadawczą – zależną ściśle od celu i etosu prokurenta fingującego komunikację – wikła w wybór, konflikt pomiędzy skutecznością efektu i moralnym/etycznym zaangażowaniem (co istotne dla np. pracy pedagogicznej, politycznego rzemiosła, kapłaństwa, uprawiania literatury).

Językiem łamać kręgosłup, ranić, niszczyć, deformować – takie zestawienia frazeologiczne, to już obiegowy truizm. Czesław Miłosz napisze: „Który skrzywdziłeś człowieka prostego / śmiechem (...)”. Poręczny charakter retoryki jako wysoce spójnego systemu (pochodzenia naturalnego, stąd jego „spontanicznie” generatywny charakter) „gotowych narzędzi”, chwytów językowych, struktur dowodzenia, konstrukcji logicznych i paralogicznych, estetycznych matryc – o czym wiele już pisano – powoduje, że jest ona sama w sobie pewną wirtualną potencją względem rezerwuaru możliwych zastosowań, np. wygłaszania mowy, tudzież konstruowania tekstu literackiego. Nie jest zatem celowościowo, jako swoiste neutrum, nastawiona na zło czy dobro, wymiar jakościowy nadaje jej dopiero sposób użytkowania, w którym się konstituuje ujawniając swój aksjologiczny charakter – *aliud dicitur, aliud demonstratur*. Odnaczający się biegłością intelektualną, sprawnością wymowy

i kompetencjami interpersonalnymi podmiot stoi przed wyborem drogi: etosu wspólnego dochodzenia prawdy, czy celu doraźnego/pragmatycznego – to szeroka perspektywa wolności podmiotowej, ale i odpowiedzialności wobec siebie i drugiego.⁸ W *Eseju o stylu* (ze zbioru *Collected Poems*) Franka O'Hary pada trafna uwaga (którą należy potraktować jako subtelny wniosek traktujący o fenomenie materii literackiej, o którym mowa w niniejszym szkicu): „uznać / maszynę do pisania za narząd intymny dlaczego nie? / żadna inna rzecz nie jest (intymna)”⁹.

Idealem mówcy we wszystkich teoriach retorycznych był człowiek o nieskazitelnym referencjach moralnych, nie tylko intelektualnych, albowiem zdawano sobie i wtedy oczywiście sprawę z faktu jak potężną mocą, jak dalece konkretnie oddziałującą konstrukcją jest sztuka wypowiadania oraz jakie nieprzeliczone szkody przyniosłoby użycie jej przez człowieka bez odpowiednich kwalifikacji etycznych; dlatego też tylko *vir bonus* – człowiek prawy (mężny, cnotliwy) był promowany na podmiot retoryczny. O tej predyspozycji wypowiedział się Kwintylijan:

*(...) jeśli by wymowa nie była cnotą, nie mogłaby też osiągnąć doskonałości. Ale w końcu – powie mi tutaj ktoś – tak samo człowiek zły potrafi powiedzieć mowę ze wstępem, argumentacją taką, że wszystkiemu temu niczego nie będzie można zarzucić. To prawda, ale i bandyta potrafi bić się zawzięcie, a jednak dzielność zawsze pozostanie cnotą. (...) wiele robi się rzeczy tych samych, ale nie tak samo.*¹⁰

Warunki, w których toczyły się dyskusje polityczno-prawne, mowy sądowe etc. w starożytnej Grecji i Cesarstwie Rzymskim narzuciły niejako potrzebę kodyfikacji *retorike techne/ars bene persuadendi/ars dicendi* w formy systemowe (*dialogomai* – sztuki prowadzenia dysputy), stąd: dialektyka. Dla Platona była to droga prowadząca do Prawdy przez zadawanie odpowiednich pytań i adekwatne odpowiedzi; z kolei Sokrates – uważał, że największy pożytek daje tarcie między dwoma poglądami, które rodzi (przez połączenie w dyskursie metod *mejeutike techne* i *elenktikos*) Prawdę i stanowi ono podstawę wszelkiego definiowania. Dla Arystotelesa był to raptem tylko proces dowodowy, w którym z przesłanek wyłaniało się prawdopodobieństwo. Sofiści, którzy upowszechniali (z racji swej pedagogicznej profesji)

8. O należnym szacunku dla sztuki słowa świadczy też kult, specyficzna nabożność względem języka w starożytnej Grecji. W orszaku Ateny albo Afrodyty przebywała bogini Peitho – to ona właśnie była panią „słodkiej namowy”.

9. F. O'Hara, *Esej o stylu*, cyt. za: M. Perloff, *Nowe progi, stare antynomie: współczesna poezja a granice egzegezy*, przeł. A. Preis-Smith, „Literatura na świecie”, 7 (180), Warszawa 1986, s. 16.

10. M. F. Kwintylijan, *Kształcenie mówcy*, cyt. za: M. Korolko, op. cit., s. 43.

retorykę, czynili, jak Protagoras, dialektykę sposobem „podwójnego oświecenia” sprawy, rzekłbym, „uderzenie” w omawiany problem z obu stron jednocześnie – nazywając to narzędzie sztuki mówienia i myślenia – amfibolią albo antylogią („naprzeciwrozumowaniem”, również w sensie semantycznym, nie tylko dowodzeniowym).

Nić łącząca retorykę z dialektyką, a tę z kolei wraz z logiką czyli jasnym rozumowaniem (logika dialektyczna) – nigdy w zasadzie nie została zerwana, aczkolwiek wraz z zamieszaniem wywołanym przez dwuznaczne chwytły używane przez sofistów wobec przeciwników w filipikach okryły się one – na prawach metonimii – złą sławą i wraz z rozrostem oraz specjalizacją praktyczną zaplecza pojęciowego – nieuchronnie rozdzieliły, czy też wyemancypowały, będąc jednakże zawsze obok siebie jak palce z jednej dłoni. Inną specjalistyczną subdyscypliną retoryki, dzisiaj stosunkowo najbardziej znaną lub raczej najpowszechniej użytkowaną jest erystyka. Jej niepochlebną sławę zawdzięczamy, jak już wspominaliśmy wcześniej, praktykom sofistów. Etymologicznie, erystyka znaczyłaby tyle, co prowadzenie sporu (od gr. *eris*). O jej dwuznacznym rodowodzie zaświadcza w mitologicznej genealogii postać siostry Aresa – boga wojny¹¹. Erystyka zachowywała wszelkie pozory rozumowania, jak np. antynomie, naśladowała przeto dialektykę. O ile natomiast w dialektyce, mówiąc najogólniej, chodziło o uzyskanie konsensusu, prawdy wspólnej, dobra *pro publico bono* – o tyle, w erystyce kunszt retoryczny był środkiem do przekonania lub pokonania przeciwnika. Ta wynaturzona postać dialektyki zde-wastowanej przyziemnymi celami i niskimi pobudkami przetrwała do dzisiejszego dnia w doskonałej, rzekłbym, olimpijskiej formie. Erystyka stała się współcześnie, wraz z całym inwentarzem chwytów i forteli (wojennych), matką współczesnej propagandy i perswazji negatywnej.

Szczególnie zatem ważną, nieodzowną wręcz w humanistyce sprawnością, o co upominał się Artur Schopenhauer, jest biegłość w rozpoznawaniu tzw. strategmatów (czyli forteli w walce). Zwłaszcza w dzisiejszych czasach umiejętność krytycznego czytania tekstów kultury pomocna jest w badawczym „szacowaniu”, wartościowaniu i analizie tekstów o intencjach propagandowych, np. języka reklamy (konstrukcje mnemotechniczne z ich współczesnymi modyfikacjami typu *product placement*), retoryki politycznej jako specyficznego dyskursu, w której w szczególności erystyka jest narzędziem poręcznym (stanowi przeto główny, jeśli momentami nie jedyny składnik „kiełbasy wyborczej”; ponadto do dobrego tonu należy posiadanie tzw. specjalisty od dobrego wizerunku, który dba o publiczny

11. Eris to ta bogini, która podrzuciła złote hesperyjskie jabłko na weselu Tetydy, stało się ono – jak pamiętamy – zarzewiem sporu (którego uwieńczeniem była, jak wiadomo powszechnie, wojna trojańska).

odbior, kontakty prasowe, powierzchowność kandydata, gestykulację akcentującą tzw. gesty mocy lub gesty godnościowe/homiletyczne etc.).¹²

Znajomość retoryki¹³ wyjątkową funkcję pełni również w pracach nad tekstami literackimi z okresów totalitaryzmów; służy zatem przez rozmaite przyporządkowania m.in. lingwistyczne i poetologiczne, historii literatury, semantyce i semiotyce, socjologii i aksjologii literackiej, stylistyce – lista jest naprawdę bardzo długa.

III.

Związek retoryki *sensu largo* z literaturą jest – niezależnie od mniemań i woli (*res non verba!*) – wiecznotrwały i niepodważalny. Systemowość retoryki ma nadal ścisły związek z prakseologią dzieła, poczynszy od jej odmiany praktykowanej w starożytnej Grecji czasów gorgiańskich – jako zapisu *actio* oracji (łącząc w sobie jej dwuwalentność: a) walor estetyczny, b) cele pragmatyczno-perswazyjne), po jej liczne współczesne literackie (praktyka ikoniczna, hybrydyczność formalna, fragmentaryzm fabularny, zmieniający np. pozycję opisu, rozbudowa schematu etopeicznego pogłębionym rysunkiem psychologicznym postaci, układ partyturowy zapisu tekstu literackiego, ingerencja w ramy rodzajowo-gatunkowe etc.), pozaliterackie aplikacje (dyskurs polityczny, szeroko rozumiana audiowizualność jako przykład fuzji semiotycznych np. w reklamie etc.) i realizacje paraliterackie (wyowiedź krytycznoliteracka, język prasowy, formy graniczne typu: esej). Strukturalnej retoryczności literatury należałoby upatrywać genealogicznie (nastawienie procesualne) w ewolucji relacji nadawczo-odbiorczej i wydoskonaleniu – by tak rzec – nośników komunikatu, przy jednoczesnym uproszczeniu tegoż i dostępu doń, a zatem – na płaszczyźnie teorii komunikacji.

12. Zob.: J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, GWP, Warszawa 1995; M. A. Gilbert, *Jak wygrać spór*, tłum. S. Kędzierski, Amber, Warszawa 1996; L. Lachawiecki, *Sztuka zwycięskiej dyskusji*, Sternik, Warszawa 1997; Ch. Perelman, *The new rhetoric and the humanities. Essays on Rhetoric and It's Applications*, Boston – London 1979.

13. Jestem głęboko przekonany o tym, że retoryka tylko wówczas gdy idzie w parze z etosem/moralnością/zasadami – mniejsza o definicję – jeżeli jest związana z uczciwością nadawczego podmiotu retorycznego, tylko wtedy posiada sens; co więcej, daje gwarancję intencyjnej czystości, w której zachodzi, nieomal zapomniana, zgodność mowy, myśli i czynu. Współczesny dyskurs (czy może raczej kurs), trwający pośrednio od czasów Stagiryty, rozważający łączność lub rozdzielne traktowanie retoryki i etyki, przeceniający w najbardziej radykalnym aspekcie stronę utylitarną sztuki słowa, wydaje mi się jakimś koszmarnym historycznym *Shadenfreude* w obliczu, choćby, działań propagandy nazistowskiej podczas ostatniej wojny światowej czy też mając na uwadze okres stalinizmu. Dla mnie, szczególnym dowodem na to, że retoryka (w jej odmianie sofistycznej) – jak twierdził uparcie Platon – bez etyki jest tylko sztuką kłamstwa, była idea „inżynierii duchowej”.

Śledząc ów rozwój nie sposób przeoczyć zmian, które zupełnie przeobraziły zjawisko odbioru, wraz z całością inwentarza tekstualnego audytorium: postawy odbiorczej i nastawienia do tekstu oraz „nośnika”, także przecież: stosunku do twórcy/nadawcy – wszystko to jednak było (i jest) wszelako podyktowane działaniami poszerzającymi wiekowe już kryteria funkcjonalności, kompetencji odbiorczej i specjalizacji (o *imaginarium*, wyrazowych dominantach i perceptorze nie wspominając). Dosyć powiedzieć, iż procesy te następowały w stosunku synchronicznym do uzgodnień dotyczących *in crudo* formuły mowy i pisma/zapisu, a zatem – powiemy już współcześnie – tekstu w szerokim znaczeniu tego pojęcia.

Literatura – innymi słowy – przeszła drogę od wersji ustno-audialnej (mnemnika), przez wizualną (od zapisu i uzgodnienia gatunkowego mowy jako wzorca prozy retorycznej, jako formuły literackości; zapisu poezji melicznej i eposu jako nośnika materiału historiograficznego i mitologicznego – aż do wynalazku druku), audiowizualną (od „galaktyki Guttenberga” do wynalazków radia i telewizji), aż po jej uwspółcześioną hipertekstową (Internet), czy w węższym literackim sensie, hiperfikcjonalną, m.in. tekstualną, przestrzeń (pozostając mimo tego w niezłej kondycji również w sprawdzonych sytuacjach własnej praktyki, choć nieco bardziej może zmodyfikowanych i ekskluzywnych względem „anachronicznego” wzorca; myślę m.in. o rodzajach performancji teatralnej, *audiobooku*, słuchowisku radiowym, książce elektronicznej, czy *correspondence* semiotycznej w np. *slam poetry* (poezja improwizowana – *actio* retoryczne – konwencje dramatyczne). Konstatuje słusznie Alina Brodzka-Wald:

Dawno temu – narratorowi bywało łatwiej. Opowieść trwała, dyfuzyjnie lub równolegle, w wielu kręgach kultur i kontynentów, wygłaszana przez różnych wykonawców, którzy – jednak! – odciskali na niej swe znamię. Trwała w wariantach, obrastała motywami, niepostrzeżenie inicjowała zmiany fabuły. A i potem, gdy rozpowszechniło ją pismo, opowiadacz, aby wiedzieć więcej, czyli ściślej – ciekawiej zmyślić, mógł zrywać dachy, zaglądać w domostwa.¹⁴

Jest dość powodów przeto, aby sformułować supozycję w kształcie następującym: literatura jest zjawiskiem wtórnym wobec retoryki jako prototypu, by tak rzec, szeregu wzorcowego. Retoryki, której charakter systemowy ukształtowania wypowiedzenia jest zespołem archetypowych zachowań i – w sensie genetycznym – ram budujących każdy zorganizowany dyskurs. Literatura zaś jako integralna

14. A. Brodzka-Wald, op. cit., s. 2.

część owego systemu, o którym mowa powyżej byłaby, parafrazując Jurija Łotmana, w dwójnasób wtórnym systemem modelującym: względem języka i jego mechanizmów oraz retoryki jako tegoż naddanej formy organizacyjnej (zespołu reguł, kodyfikacji typów wypowiedzi, stylu etc.). Argumentem jednoznacznie rozstrzygającym na korzyść tego twierdzenia, byłoby takie spojrzenie perspektywiczne, w którym uwzględniony zostałby, w sensie ewolucji historycznej, indeks zmiany (przekształceń i mutacji) np. współczesnych postaci gatunkowych wobec źródłowego wzorca klasycznego. Postaramy się w dalszych partiach tekstu uzgodnieniem tym oddać sprawiedliwość, koncentrując się na zjawiskach: stylu (współcześnie niezbyt fortunnie rozpoznawanego, jeśli w ogóle, jako kategoria operatywna) oraz narracji fabularnej z powieścią jako jej gatunkiem koronnym.

Zamykając myśli poprzednie, warto dodać, że pierwszą kuźnią literacką i krytycznoliteracką w obrębie praktyki retorycznej były szkoły *grammatike techne*, w których nauczano poprawnego „mówienia” i „pisania”, co zgodnie ze starożytnym kanonem edukacji (jej pierwszym stopniem) oznaczało przyswojenie znacznego obszaru wiedzy teoretycznej i *praxis*, w duchu Protagorasa z Abdery i Dionizjusza Traka, służąc przeto (przez naukę: 1. *anagnosis* – dokładnego odczytania tekstu z naciskiem na akcentowanie; 2. *eksegesis* – objaśniania figur retorycznych; 3. *apodosis* – wyjaśnianie znaczenia wyrazów i ich historii; 4. *heuresis* – wykrywanie etymologii; 5. namysł nad regułami językowymi; 6. *kritikon* – krytyka estetyczna tekstu pod względem wartości i autentyczności)¹⁵ budowaniu własnego – powiezielibyśmy dziś – warsztatu literaturoznawczego i literackiego.

Rozważając współcześnie zjawisko ontogenezy literatury, zawsze warto mieć na uwadze, jeśli wolno rzecz tak ująć, jej cechy dystynktywne, którymi są prócz immanentnego nastawienia estetycznego i antropologicznego (zainteresowania człowiekiem jako podmiotem wszelkich aktów poznawczych; jego pochodzeniem, strukturą ontyczną, przeznaczeniem etc.) – także zachowania komunikacyjne i związane z nimi funkcjonalizacje stosowane do budowy wypowiedzenia, przykładowo, refutacyjno-probacyjne schematy dowodzenia użytkowane w tzw. literaturze polemicznej (np. recenzji). Innymi słowy – wszelkie formy prokurowania, czy też, zapożyczając się u Waltera Benjamina – produkcji/wytwarzania tekstu,¹⁶ również w dziedzinie języka artystycznego (w mniejszym bądź większym stopniu skupione na określonym apriorycznie efekcie np. poszerzając pole denotacyjne stosowanych

15. M. Korolko, op. cit., s. 159n.

16. W. Benjamin, Twórca jako wytwórca, w: S. Skwarczyńska (oprac.), Teoria badań literackich za granicą, t. 1, Wydawnictwo Literackie, Kraków, s. 268n.

pojęć, czy też użytkując mechanizmy amplifikacji lub detrakcji).¹⁷ Systemowe ukształtowanie dzieła jako komunikatu, jego kongruencja itd., w sposób obligatoryjny odsyła do retoryki jako wzorca prymarnego takich praktyk.

Literatura, podobnie zresztą, jak np. dialektyka, emancypując się w toku procesów dziejowych, uległa ewolucji i znacznej indywiduacji, wytworzyła własne cechy specyficzne; zacierając jako (już) dyskurs autonomiczny wprzód ślady pochodzenia (*nomina sunt adiosa*), wyznaczając jednocześnie precyzyjną linię demarkacyjną własnych granic za pomocą gatunków, aby u progu wieku dwudziestego stopniowo z nich (ich ostrości formalnej) rezygnować, dokonując odkrycia następującego: że najbezpieczniej – powiemy za Owidiuszem – jednak chadzać środkiem (*medio tutissimus ibis*) – poszerzając tym samym własną formułę także o inne style funkcjonalne. Stosunek tradycji do nowoczesności, wyrażony w dobrze znanym gnomie *querelle des anciens et des modernes*, w tym i retoryki do literatury, określić można metaforycznie (za Lampartem Tomasi di Lampedusy) jako bliską, lecz i zdystansowaną relację ojcowsko-synowską Księcia Don Fabrizia Saliny do Tancrediego (jego siostrzeńca). Retoryka ulega przemianom historycznym, pewna będąc jednocześnie własnej tożsamości – by tak rzec – unikalnego wśród rozległej dziedziny myśli ludzkiej *lucidus ordo*; retoryka spogląda na literaturę z niesłabnącym zainteresowaniem jako na niezmordowany pochód awangardy, uporczywe pytanie (pytania) zawarte w figurze Prometeusza, Syzyfa i Fausta (rzadziej, szczęśliwie dla niej samej, Prokrusta); i wreszcie – retoryka – afirmuje literaturę i literackość, owo niepróżnujące próżnowanie – *otium litteratum*, z niezmałym spokojem pozwalając na potraktowanie jej jako kosztownego antycznego zwierciadła, przechodzącego z rąk do rąk, wieszanego – a już to w muzeum („odizolowanym miejscu zachwyty”¹⁸), a już to – w Bibliotece Powszechnej (formuła Charlesa Grivela¹⁹).

Wielokrotnie podkreślany w tym szkicu systemowy charakter retoryki nie niweluje otwartości, w sensie poznawczym (jako stałej opcji) teź na zmianę historyczną; nie jest ona bowiem monadyczną twierdzą z kości słoniowej, której hermetyczny sposób istnienia wyłączałby ją z poznania aktywnie uczestniczącego i działania.

17. O fakcie estetycznym/socjo-estetycznym rozumianym jako dzieło, proces twórczy, osobowość twórcza w perspektywie odbioru, recepcji i interakcji społecznej np. politycznych konsekwencji działania artystycznego pisała przed laty M. Gołaszewska, *Między filozofią sztuki a mikroestetyką*, w: *taż* (red.), *Estetyka i sztuki*, UJ IF, Kraków 1983, s. 10 – 24.

18. W. Isser, *Zmienne funkcje literatury*, w: R. Nycz (red.), *Odkrywanie modernizmu*, Universitas, Kraków 1998, s. 352 – 357.

19. H. Markiewicz, *Odmiany intertekstualności*, w: S. Balbus (red.), *Wymiary dzieła literackiego*, Universitas, Kraków 1996, s. 230n.

Stanowisko to ma raczej w zamyśle – w subtelny sposób pragnąc ów fakt uzmysłowić – dowodzić rzeczy wręcz przeciwnej: pełnoprawności i aktualności głosu retoryki w ogólnohumanistycznym dyskursie, wbrew tezom o wyczerpaniu paradygmatu, wbrew twierdzeniom o jej nieprzystawalności z racji historycznych uwikłań czy sądom o jej nieaplikowalności z powodu obciążeń monumentalnością. Poddajemy refutacji zatem i jednoznacznie odrzucamy pogląd w stylu Paula de Mana, który orzeka, iż: „Każde pytanie o retoryczny tryb tekstu jest zawsze pytaniem retorycznym, które nawet nie wie, czy naprawdę pyta”.²⁰ Studium de Mana *Alegorie czytania* jest egzemplifikacją redukcjonistycznego nastawienia do teorii retoryki *in extenso*. Badacz popełnia błąd kiedy – *pars pro toto* – traktuje jakościową metaforę działania retorycznego jako cechę dystynktywną.

Budując swój dyskurs na błędnej przesłance (podobnie zresztą jak w przytoczonej cytacji), twierdzi on, że prezentowany przezeń wywód jest rodzajem przejścia (jakościowej transformacji) od retoryki skupiającej się na wypowiedzeniach naracyjnych do retoryki czytania (mowa tu zatem – w tym błędnym rozróżnieniu li tylko o dwóch, nie wykluczających się wszakże aktywnościach spośród *spectrum*, którymi teorie retoryczne od niemal dwóch i pół tysiący lat i tak się interesują). Ten typ lektury narusza, czy też „przemieszcza”, według de Mana, tradycyjne zasady historyczno-literacko-retorycznych odczytań, tworzących pewien model (system/zbiór), którego hermeneutyczna istność, niejako opresywnie narzucająca z racji wewnętrznych mechanizmów – symetrycznie – także „reguły gry” inkluzywnej (bo rozgrywanej wewnątrz tego modelu) interpretacji. Parafraza krytyki retorycznej²¹, której zasadniczym punktem wyjścia jest tekst w szeroko rozumianej postaci: od wersji mówionej/formy mowy po zapis wraz z jego literacką formą istnienia, jest zatem ponowioną referencją, jak i rozumiejącą/inteligibilną próbą opisu publicznego (a zatem i performatywnego w sposobie egzemplifikacji) aktu mowy; próbą –

20. P. de Man, *Alegorie czytania*. Język fiuralny u Rousseau, Nietzschego, Rilkego i Prousta, tłum.

A. Przybylski, Universitas, Kraków 2004, s. 14nn.

21. W 1925 roku ukazuje się przełomowy artykuł Herberta Wichelnsa, *The Literary Criticism of Oratory*, fundujący współczesne badania nad retoryką. Esej ów proponował podstawowe rozróżnienie między krytyką literacką i retoryczną: pierwsza zajmuje się „wartościami stałymi i uniwersalnymi”, druga zaś interesuje się płaszczyzną komunikacyjną, poddaje analizie i ocenie mowę, *actio* oraz metody/sposoby transferu idei. Po rozmaitych fluktuacjach, reformy – *rethorical criticism* posiada szeroki zakres kompetencyjny: po pierwsze bada tekst jako element danego momentu historycznego, po drugie, bada tekst jako element przejawu osobowości twórcy i jego społecznych uwikłań, po trzecie, prowadzi badania na płaszczyźnie komunikacyjnej jako specyficznego sposobu komunikowania się i wyznaczania specyficznego celu. Por. A. D. Jaroszyńska, *Krytyka retoryczna w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Zarys dziejów i najnowsze kierunki badawcze*, „Pamiętnik Literacki”, 1988 (3), s. 97 – 119.

innymi słowy – zwerbalizowania płaszczyzny retorycznej tekstu w jej m.in. ideologicznym wymiarze (wraz estetyczną funkcją owego działania społecznego).

Badanie retoryczne, reasumując, zajmuje się zarówno wypowiedziami narracyjnymi, fikcyjnym statusem literatury, superkategoriami odnoszącymi się do rzeczywistości (Ja, podmiot, społeczność, kultura, artysta, człowieczeństwo itd.), sferą społecznych funkcjonalizacji i związanych z nimi działań, lekturą, recepcyjnym rezonansem etc. etc. W tym sensie, studium de Mana ma dla retoryki (choćby w jej egzegetycznym nastawieniu) niezaprzeczalną wartość jako egzemplum systematycznej indywidualnej lektury (np. stylu Prousta), nie dając jednakże – z teorio-poznawczego punktu widzenia – podobnej satysfakcji. Retoryka jako dyskurs zdaje sobie sprawę z faktu, że literatura jest społeczna również w tym sensie, iż *en bloc* jej tekstualna całość (w sensie materialnym i mentalnym) zainstalowana jest, pośrednio i/lub bezpośrednio w instancji odbiorczej, czytelnikach, audytorium. Wie również, jako główna inspiracja i mecenas idei derridiańskich, o istnieniu pojęć takich jak różnica, dyseminacja i suplementacja (mając na stanie jako *peithous demiourgos* – „sprawca perswazji”: *inventio, elocutio, memoria, dispositio pronuntiatio* etc.), jako pierwsza głosząc, że: *Il n'y a pas de hors – texte* (Nie ma nic poza tekstem).²²

Spróbujmy na zakończenie tej części rozważań dość ekstarordynaryjnej metafo-ry. Retoryka, podobnie zresztą jak medycyna, wyrasta z bezpośredniego nastawienia społecznego, czy też mówiąc szerzej – naturalnego nastawienia humanistycznego, które w innych okolicznościach moglibyśmy nazwać po prostu ciekawością. W przypadku medycyny, ciekawość ta dotyczyła pierwotnie ludzkiego organizmu, jego zachowań i stanów mu towarzyszących, takich jak chorobowe anomalie, zatrucia itp. Stopniowo jednak to zainteresowanie człowiekiem jako jednym z wielu przedstawicieli gatunku zaczęło indukcyjnie zwracać się od zewnątrz (społeczność) przez akcydensy do jego wewnętrznych sposobów funkcjonowania. Medycyna traktując wkrótce istotę ludzką holistycznie musiała nieuchronnie przeobrazić się w formy coraz to bardziej zorganizowane. Skupiając się np. na *somme*, posiłkując się wiedzą już zdobytą, by się tak wyrazić, okiem coraz bardziej i lepiej „uzbrojonym” próbowała wejrzeć w głąb organizmu dociekając warunków tam panujących, pytając o sposoby funkcjonowania poszczególnych organów – tak oto powstała chirurgia. Jej, trudno dociec, starsza czy młodsza siostra w ciekawości – anatomia zajęła się natomiast z jednej strony – mówiąc najprościej – opisem ilościowym i jakościowym organów, ich działania, wzrostu, dewaluacji; z drugiej, popychana naprzód

22. Zob. R. Nycz, *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, IBL PAN, Warszawa 1993, s. 42n, 51.

intuicją pragmatyczną, jednocześnie wiedząc już co nieco o stosunkach panujących wewnątrz ustroju, zabrała się ochoczo za wytwarzanie narzędzi dostępu doń. Medycyna, a w niej, przywoływane chirurgia i anatomia, będące ze sobą w związku współodpowiedzialności i współzależności, stała się zorganizowaną wiedzą synergiczną, wiedzą naczyń połączonych.

Abstrahując od tej ekscentrycznej metafory, możemy powiedzieć, że podobnie mają się sprawy stosunków retoryki i literatury. Obie zrodziły się z nastawienia naturalnego, zainteresowanie zachowaniem i działaniem społecznym człowieka, zamieniając się stopniowo w wiedzę wstąpiły na drogę organizacji wyższego typu (nie rezygnując wszakże z prymarnej relacji współbieżności); skupiając się początkowo tylko na języku, sposobach i mechanizmach działania tym naturalnym narzędziem komunikacji (zarówno jego stronie pragmatyczno-perswazyjnej, fatycznej, emotywnej, denotatywnej, jak i estetycznej funkcji), później – wchłaniając stopniowo do własnego instrumentarium wiedzę o innych rodzajach tworzywa, by tak rzec, potencjalnie ekspresywnego i sposobach użytkowania tegoż.

Stąd właśnie retoryka – pojmowana także jako teoria pananalizy tekstu, *clavis et custodiae* wszelkiej dyskursywności – bez żadnej szkody dla siebie jako odrębności strukturalnej, a z korzyścią ogólną dla relewancji – wchodziła w rozmaite alianse metodologiczne (czasem, co prawda – na własnych, a czasem na cudzych zasadach), będąc równoprawnym narzędziem badawczym lub tylko – punktem odniesienia, czy patronem interpretacji w stopniu czysto nominalnym. Współczesne zainteresowania teoriopoznawcze retoryki koncentrują się wokół m.in. wytwarzania dyskursu/wytwarzania tekstu oraz utylitarnej funkcji (retorycznego) przekazu. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na pewien fakt szczegółowy, w którym retoryka jako metatekst kultury²³ uczestniczy i nad którym z różnym natężeniem się pochyla. Chodzi w tym punkcie o pytanie: jakie zmiany w sferze postrzegania, analizy i recepcji przyniosło zastąpienie pojęcia dzieła literackiego pojęciem operatywnym tekst, tekst kultury, tekst sztuki, względnie – projekt (multi)medialny?

Warte także podkreślenia są związki retoryki z semiologią, pytające przykładowo o: konsekwencje prowadzenia dyskursu w trybie hiperzmediatyzowanym (Internet, telewizja, komunikacja komórkowa, cyfryzacja), które w silny sposób akcentują cywilizacyjny postęp za pomocą specyficznych znaków/komponentów. Jest to w gruncie rzeczy, upraszczając, namysł nad aktualnością zbitki frazeologicznej „cywilizacyjno-kulturowy”, nad możliwą ekstrakcją drugiego członu tego określenia,

23. Por. R. Lachman, Retoryka a kontekst kulturowy, przeł. W. Bialik, „Pamiętnik Literacki” 1977 (2), s. 261n.

którą ewentualne przewartościowanie relacji *signifiant* – *signifié* mogło zmienić; są to wreszcie pytania o wszystkie te kwalifikacje post-postindustrialne, które *in potentio* mogą komplikować w rozmaitym stopniu pojęcie podmiotu (np. jako agensa lub tożsamość/podmiotowość w procesie), weźmy dla przykładu rolę Internetu, który w ekstremalnych sytuacjach pełni funkcję podręcznej pamięci zewnętrznej; w jakiś sposób przeobraża pojęcie informacji (tzw. składnia SMS-owa) i sposoby przyswajania wiedzy (emotikon, który jako *relatum*²⁴ obejmujące wszystko co znak reprezentuje czy oznacza na prawach wtórnej ikoniczności zawłaszcza lub kontaminuje metafory stanów, upraszcza figury retorycznych afektów).

Zainteresowaniem retoryki cieszą się również badania tekstologiczne i językoznawcze, które za pomocą narzędzi typu analiza funkcjonalno-strukturalna pozwalają wyodrębnić z komunikacyjnej całości werbalnej poszczególne semantyczne komponenty takie jak opowiadanie, opis, struktura rozumowania, funkcjonalny kontekst rozważania; dokonują rekonstrukcji tekstu śledząc jego tematyczno-rematyczny model budowy; badają funkcjonalny kontekst modalności epistemicznych i ich leksykalne wykładniki.²⁵

Retoryka – innymi słowy – jest punktem Alef, z którego widać cały tekstualny wszechświat. Jako teoretyczna probabilistyka obejmuje swoją myśl następujące praktyki: po pierwsze – prokurowania estetycznego komponentu komunikacji; po drugie – fingowania odbioru i przeżycia estetycznego (w rezultacie także struktury apelatywnej, przy użyciu której, dzieło i wirtualny podmiot czynności twórczych/nadawca prowadzi np. do internalizacji jakiejś idei lub innego celu); po trzecie – użytkowania konstrukcji topologiczno-figuracyjnych (symbolika, metaforyka, alegoryzacja, „miejsca wspólne” wypowiedzi artystycznej lub pozaliterackiej), po czwarte – ze względu na celowość – schematów i budowy perswazyjnej i/lub agitacyjnej, z atrybucją rozpoznawaną według poszczególnych rodzajów artykulacji: ideologiczną, polityczną, estetyczną, emotywną, audiowizualną, umotywowaną szczegółowo rozumianym „przekazem” etycznym etc. W tym sensie pisząc o badaniu dyskursu i potrzebie wypracowania interdyscyplinarnej metody integralnej (pojęcie Manfreda Kridla), ma rację Michał Głowiński, zauważając:

Teoria odbioru, retoryka i koncepcje wynikające bezpośrednio ze współczesnej teorii

24. G. Bonsiepe, Retoryka wizualno-werbalna, „Pamiętnik Literacki” 1985 (3), s. 307n.

25. Zob. M. Miczka, Rola kategorii ponadzdaniowych w procesie rekonstrukcji tekstu, w: T. Dobrzyńska (red.), Tekst i jego odmiany, IBL PAN, Warszawa 1996; D. Ostaszewska, E. Sławkowa, Kontekst rozważania w strukturze tekstu, w: tamże.

*i filozofii języka nie są wobec siebie konkurencyjne i w rozmaity sposób wzajemnie się uzupełniają. Traktowane jako całość, stanowią wyraz takich tendencji metodologicznych, które są przeciwstawne tym, w których obrębie funkcjonował podział na metody zewnętrzne i wewnętrzne.*²⁶

Dodajmy jednak dla porządku, powtarzając tezę wyводу, że: przed gestem literackim i tuż za aktem językowym, zawsze znajduje się – niezależnie od stopnia ekspozycji – akt retoryczny, który funduje tekst.

IV.

Literatura wieku ubiegłego wypracowała nowe pojęcie literackości, poszerzając własne granice – o czym była już mowa – o formy specyficzne, nierzadko znoszące rodzajową strukturę, gatunki paraliterackie, tzw. prozę niefikcyjną, rozmaite *in differentia* formy dokumentu. Była pod niekwestionowanym wpływem nowoczesnych technik audiowizualnych, strategii artystycznych (kina, telewizji, malarstwa), kierowała własne zainteresowania formalne w stronę m.in. eseju o rozmaitych inspiracjach semantycznych i powołaniach: społecznym, politycznym, religijnym, estetycznym. Jak konkluduje Małgorzata Czermińska:

*Nazwy najczęściej wymieniane przez badaczy tego obszaru to: autobiografia, biografia, dziennik, pamiętnik, wspomnienia, kronika, list (ewentualnie zbiór listów), rozmowy z... albo wywiad-rzeka, notatnik, notes, zapiski, zeszyt, raptularz, brulion, sylwa, podróż, reportaż, felieton, szkic, esej, niekiedy także fragment, albo zbiory takich mikro-form, jak aforyzmy i uwagi. (...) do swego rodzaju arystokracji gatunkowej należą dziennik, esej, autobiografia i biografia, pamiętnik, list i reportaż, to jest te gatunki, które doczekały się nie tylko licznych studiów szczegółowych, ale i opracowań o charakterze syntetyzującym.*²⁷

Z punktu widzenia, przykładowo, greckiej teorii literatury doby (jeszcze) przedplatońskiej i przedarystotelickiej spod znaku sofisty Izokratesa, która skupiała się – mówiąc ogólnie – na społecznych funkcjach i reperkusjach przekazu – kwestią

26. M. Głowiński, *Od metod zewnętrznych i wewnętrznych do komunikacji literackiej*, w: tegoż, *Poetyka i okolice*, PWN, Warszawa 1992, s. 23.

27. M. Czermińska, *Wobec tradycji gatunków*, w: tejże, *Autobiograficzny trójkąt. Świadectwo, wyznanie i wyzwanie*, Universitas, Kraków 2000, s. 243n.

bezdyskusyjną było uznawanie m.in. historiografii za gatunek pełnoprawny względem innych gatunków prozatorskich i – w ogólności – przyjmowanie prozy retorycznej do kanonu dzieł sztuki. Izokrates wymienia zresztą w jednej z mów, co warte przypomnienia, listę gatunków prozatorskich, zaliczając do nich 1. mity i fabuły, 2. paradoksografię i enkomioografię, 3. historiografię, 4. wymowa publiczna i polityczna, 5. mowy doradcze.²⁸

W dużej mierze enumeracja ta pokrywa się z uzgodnieniami sporządzanymi przez obecną poetykę historyczną czy genologię, a dotyczącymi problemu stratyfikacji form gatunkowych na planie literackiej działalności artystycznej. Można by rzec zatem, iż literatura zatoczyła, nie po raz pierwszy zresztą, wielki krąg i poczęła wracać do swoich źródeł. Dla przykładu, w czasach cesarskich, rzymscy teoretycy, jak Wallejusz Paterkulusz, zaczynają podnosić kwestię rozwoju gatunków i ubolewać nad ich upadkiem, wskazywać początki kryzysu literatury, erozję sztuki krasomówczej itd. itd. (które to sformułowania można traktować jako załączki dobrze znanych obiegowych toposów krytycznych).

Ów zacny autor *Historii Rzymskiej* sformułował trafne i aktualne wciąż pytanie, stanowiące w sposób pośredni problem teoretyczny, które podejmiemy w ostatnich partiach wywodu: „Któż bowiem zdoła nadziwić się zjawisku, że najwybitniejsze talenty w każdym zawodzie grupują się wokół tej samej formy twórczości i w tym samym, krótkim przeciągu czasu?”. Podniesiona przez Paterkulusa kwestia dotyczy procesu synchronizacji dwóch komponentów: a) gatunkowej organizacji języka artystycznego oraz b) integrującej funkcji tego zjawiska na środowisko wytwórców, a uściślając – jak do tego wydarzenia, a więc zestroju wymienionych substratów dochodzi?

Odpowiedź na to pytanie z dzisiejszej literaturoznawczej perspektywy, nie jest prosta. Uzyskuje dopiero najpełniejsze *locui* w oglądzie dwóch zasadniczych obszarów: po pierwsze – refleksji na temat formy powieści, ściślej – pytania o genezę powieści jako typu wypowiedzi zaangażowanej socjospołecznie (jej zasadniczy tryb istnienia); po drugie – stylu i jego roli katalizującej ów proces.

Pojęcie stylu, w najszerszym swoim zakresie, alternujące między typowością (konwencjonalizacja) i właściwościami indywidualnymi, składającymi się na unikalną poetykę pisarza – jest to rodzaj procesu prokurowania tekstu, przetwarzające na potrzeby tegoż system językowy. Styl, to: „zarazem i „proces” i „wytwór”

28. S. Stabryła, *Rzymska krytyka literacka i teoria literatury*, wybór i oprac. S. Stabryła, Ossolineum, Wrocław 1983, s. 9n

językowego działania człowieka” (według rozpoznania Teresy Skubalanki)²⁹; a zatem jak dopełnia Teresa Dobrzyńska: „implikuje pojęcie tekstu”.³⁰ W przeciwieństwie do nastawienia waloryzującego gatunek jako naczelny komponent/narzędzie tekstotwórcze, stanowisko prezentowane w tym szkicu przychyła się w kierunku twierdzenia następującego: styl jest zasadniczą dykcją profilującą narrację, trybem generującym tekst w sposób aprioryczny wobec form gatunkowych i formatującym niejako w ramach sytuacji wypowiedzenia/ekspozycji społecznej nadawcy (zapozyczając się u Arystotelesa): *fabula* (fabuła), *dianoia* (myśl), *fabula/mythos* (układ zdarzeń), *dianela* (narzędzie, którym mówiący dowodzi czegoś lub wyraża sądy ogólne)³¹ w zorganizowany układ syntaktyczny (sytuacja rodzajowa lub międzyrodzajowa) poszczególne całości logiczne, te zaś w spójny ciąg elementów formalnych (formy gatunkowe i interferencje między ich postaciami).

Aby lepiej zrozumieć istotny charakter stylu w przestrzeni komunikacyjnej posłużymy się przykładem „negatywnym” (jego niewłaściwego użycia w sytuacji społecznej skonwencjonalizowanej, jako załamanie obowiązujących „reguł gry”). W Platńskiej *Obronie Sokratesa* wpleciony został w narrację fragment tekstu oskarżenia brzmiący następująco: „Sokrates popełnia zbrodnię i dopuszcza się występku, badając rzeczy ukryte pod ziemią i w niebie i ze słabszego zdania robiąc mocniejsze, i drugich tego samego nauczając”.³² Szczegóły tego wydarzenia są, na tyle znane powszechnie w kulturze humanistycznej, że zwalniają piszącego z obowiązku ich kolejnej reprodukcji. W kontekście powyższych rozważań dotyczących stylu, należy zwrócić uwagę na podkreślony detal (oskarżenia) usytuowany przy końcu gradacji „ze słabszego zdania robiąc mocniejsze”. Władysław Witwicki wykonując pracę podwójną, tłumacza a jednocześnie komentatora tekstu objaśnia sytuację panującą w Atenach jako regularną walkę, konflikt interesów dwóch formacji politycznych: stronnictwa demokratycznego i oligarchii, której podstawowym narzędziem było kłamstwo. Sytuacja Sokratesa rysowała się – jako twórcy metody majeutyczno-elenktycznej – w nad wyraz skomplikowany sposób:

Sokrates wie, jak bardzo jego sposób bycia i mówienia odbiega od ustalonych form,

29. T. Skubalanka, *Historyczna stylistyka języka polskiego*. Przekroje, Zakład Narodowy im. Ossolińskich Wrocław 1984, s. 10n.

30. T. Dobrzyńska, *Tekst – w perspektywie stylistycznej*, w: tejże (red.), *Tekst i jego odmiany*, IBL PAN, Warszawa 1996, s. 125.

31. G. Genette, *Gatunki, „typy”, tryby*, „Pamiętnik Literacki” 1979 (2), s. 284n.

32. Platon, *Obrona Sokratesa*. Kriton, Uczta, przeł., wstęp i objaśnienia W. Witwicki, Hachette, Warszawa 2008, s. 23.

*czuje, że mu jego swobodę i prostotę wezmą za lekceważenie sądu. Z góry za to przeprasza, ale równocześnie zaznacza, że sędzia ma obowiązek szanować indywidualną formę, a on ma prawo być sobą, nawet i teraz. Jest w jego słowach raczej upomnienie niż prośba.*³³

W przewrotny sposób *passus* ten wskazuje na rodzaj „nieporozumienia” w sferze komunikacyjnej (Sokrates/sokratycy – lud ateński; Sokrates – sąd), którego ceną może być wszakże życie: „zabija się własnym mieczem ironii i konsekwencji”³⁴ – dopowiada tłumacz (pośrednio wskazując także na semantyczne elementy tejże sytuacji) przywołując słowa przyjaciół antycznego filozofa. Sokratesa, w tym sensie (perspektywy socjokomunikacyjnej i niekongruencji stylu/niezbieżności „interesów” nadawczo-odbiorczych) zgubił styl.

Zanim przejdziemy do dalszej, ostatniej już części tekstu, spróbujmy rekapitułując wcześniejszy wywód postawić hipotezę asertoryczną: styl jako, wspomniany, profilujący narrację proces jest zjawiskiem związanym ściśle (co nie dyskwalifikuje jego potencji indywidualnej) z procesem dziejowym i – powiedzielibyśmy za György Lucásem – świadomością potencjalną epoki³⁵ (której formami ekspresji są m.in. dzieła literackie, czy systemy filozoficzne), a także przecież – modelem językowym, sumą kodów ewokowanych w danej epoce jako dykcja pożądana dla uczestnictwa w większości sytuacji nadawczo-odbiorczych (w wersji mikro, laboratoryjnym przykładem wskazującym na taką tendencję są wszelkie zamknięte społeczności, w sposób naturalny – uzgadniając lub nienaturalny – profilowany odpowiednią wersją leksykalną i zasobem pojęć, kręgami tematycznymi, kanałami komunikacji itd.³⁶). Wpływ stylu na narrację powieściową rysuje się przeto w sposób oczywisty jako modalność wprowadzana na „niekorzyść” do trójkątnego *genera dicendi*. Scalając: powieść jako pewien typ narracji (nie tylko jako gatunek) w sensie procesu historycznego, z powodu rozszerzającej się egalitaryzacji, czy jak mawia Michał Głowiński: reguły powszechnej dostępności, komunikacyjnej tego typu (jakim są niewątpliwie teksty literackie) dla szerszego grona odbiorców (w tym – odbiorcy masowego), powstając – rozbiła strukturę podziału na trzy style (wysoki, średni, niski) upraszczając własną formułę wedle – mówiąc bodaj za Heglem – konieczności historycznej. O tym jak wiekowy jest to proces zaświadcza niniejszy – dość długi,

33. W. Witwicki, *Objaśnienia tłumacza*, tamże, s. 55.

34. Tamże, s. 63.

35. Z. Mitosek, *Dylematy realizmu* (Lucács 1885 – 1971), w: *tejsze, Teoria badań literackich*, PWN, Warszawa 1998.

36. Zob. D. Wesołowska, *Słowa z piekła rodem. Lagerszpracha, Impuls*, Kraków 1996.

ale wart przytoczenia w całości – przykład:

Więc ten przypadkiem wszedł do łaźni, a kiedy się już wykąpał, zaczął się już wycierać. Gdy zdecydował się wejść do basenu, nagle odezwał się tamten: - Hej, chłopcze twoi niewolnicy dopiero co mnie wygrzmocili. Musisz coś za to odpalić! Ten zarumienił się, ponieważ jako człowiek zupełnie młody nie był przyzwyczajony do zaczepek ze strony kogoś obcego. Tamten zaczął jeszcze głośniejsze wykrzykiwać to samo, a także inne rzeczy. Młodzieniec z trudem odpowiedział: - Pozwól mi jednak przyglądnąć się sprawie! Wtedy tamten zaczął krzyczeć takim głosem, że mógł łatwo przyprowadzić każdego o rumieniec wstydu. Jego głos był tak bezczelny i szorstki. Takiego tonu, jak mi się wydaje, nie słyszy się w pobliżu solarium, lecz za kulisami teatru i w miejscach tego rodzaju. Młodzieniec zmieszał się. Nic w tym dziwnego, gdyż on, którego pedagog bieszał za klótnie, nie był przyzwyczajony do obelg. Gdzie więc miał zobaczyć blazna pozbawionego wszelkiego wstydu, który uważałby, że i tak nie może stracić dobrego imienia, więc może robić wszystko, co zechce, bez szkody dla swojej opinii.³⁷

Przytoczona wyżej cytacja (autorstwa prawdopodobnie Kwintusa Wariusza Hybrydy z roku 90 p.n.e.) jest fragmentem wypreparowanym z *Retoryki do Herenniusza*. Podany przez autora *Retoryki*... tekst pełni funkcję metakrytyczną, opisuje nadużycie stylu prostego, zniżającego się w tym wypadku do języka potocznego. Gdybyśmy jednak nie znali tych faktów (także takich jak szczegół w rodzaju: znaczenia historycznego słowa solarium, czyli zegar słoneczny), jak łatwo przypuszczać, bylibyśmy skłonni uznać to za fragment prozatorski wyjęty wprost ze współczesnej powieści.

Powstanie powieści można zatem potraktować jako wielowiekowy proces, którego dominantą byłyby przesunięcia – w obrębie podziałów *genera dicendi* – akcentów z sekwencji stylów (waloryzowanej pozytywnie np. przez Stagirytę) w obrębie strukturyzowanej narracji na alternacje stylów (głównie średniego i niskiego), skłaniającą się jednak w stronę – z racji projektowanego masowego audytorium – języka użytku powszechnego. Zmiany te, paradoksalnie, umożliwiły – przy jednoczesnej redukcji stylu – przepływ międzyrodzajowy w utworze prozatorskim. Za przykład takiej interferencji uznać można mikropowieść pisarza węgierskiego Tibora Déry'ego *Dwie kobiety* (z tomu *Miłość* 1962), gdzie do schematu fabularyzacji typowo powieściowej dodana została konwencja dramatyczna (a poszczególne

37. S. Stabryła, *Rzymska krytyka literacka i teoria literatury*, wybór i oprac. S. Stabryła, Ossolineum, Wrocław 1983, s. 139n.

sekwencje dzielone są jak kolejne całości muzyczne). Kwestią osobną i karkołomną, która pochłonęłaby zapewne morze inkaustu, byłaby próba podziału zjawisk suponowanych (związanych ze stylem i powieścią) na etapy historyczne procesu. Ma słuszność Pierre Bourdieu twierdząc:

Jest rzeczą pewną, że ukierunkowanie zmiany zależy od stanu systemu możliwości (np. stylistycznych), jakie oferuje historia i które determinują to, co można zrobić czy też powiedzieć w danym momencie i w określonym polu; niemniej pewne jest jednak i to, że zależy ono także od interesów (...), które kierują podmioty twórcze – w zależności od ich usytuowania na biegunie dominującym lub też podporządkowanym pola – ku możliwościom najpewniejszym, najlepiej oszacowanym, lub też ku możliwościom najświeższym spośród tych, które już zyskały społeczną akceptację, lub wreszcie ku możliwościom, które trzeba dopiero stworzyć od początku.³⁸

Przyjmijmy dla uproszczenia, iż były to dwie fazy związane ze zmianą postaci narracji: a) od kodyfikacji prozy retorycznej w starożytności do tzw. Wielkiego Realizmu i modernizmu, epicentrum tego procesu byłby oczywiście wiek XVIII znaczony nazwiskami Johnathana Swifta, Lawrence’a Sterne’a, Daniela Defoe, Woltera, Denisa Diderota, Jana Potockiego etc. (choć początków tej praktyki pisarskiej należałoby upatrywać – mówiąc uczciwie – już u starożytnego autora Lucjusza Apulejusza, piszącego w II wieku *Metamorfozy albo Złoty Osioł*); b) drugą fazę współbieżną z *novus ordo seculorum* należałoby datować od rewolucji 1905 roku do postępującego „rozpuszczenia genologicznego” tej formy (hybrydyzacja w wieku XX).

Ten szkicowy podział nie jest oczywiście propozycją wiążącą, uzmysławia jednakże w formie skrótu myślowego współlistnienie narracji fabularnej równoległej do przeobrażeń (historycznych, społecznych, mentalnościowych itp.); powieść staje się przeto nowym typem organizacji wyobraźni (w wieku XVIII opisywane wcześniej alternacje stylu przyciągają rozmaite formuły gatunkowe, np. w *Kubusiu fataliście* Diderota – powiastkę filozoficzną, formułę traktatu, pikareskę, dialog). W wieku XX, którego znakiem w dwójnasób stają się szeroko rozumiany kryzys (polityczny, ekonomiczny, w sferze wartości) a jednocześnie postęp cywilizacyjny, proces rozpuszczania powieści posuwa się naprzód, tekstualna rozpiętość (w tym i gatunkowa) narracji powieściowej rozciąga się od zapisu o statusie partytury („bezkształtność

38. P. Bourdieu, Teoria obiektów kulturowych, w: R. Nycz (red., wstęp), Odkrywanie modernizmu. Przeglądy i komentarze, Universitas, Kraków 1998, s. 269.

formy”/*melancholy unshaped*³⁹) do form raptularzowych. Trudno jednoznacznie powiedzieć jak te procesy będą ewoluowały, czy – zapożyczając metafory od Hannah Arendt, która pisze o nowożytnych rewolucjach – w kierunku platońskich metaboli (częściowo naturalnych przejść od jednej formy ustrojowej do innej) czy też są ustalonym cyklem *politeion anakyklosis* Polibiusza, ze strukturalnie wpisanym dążeniem do skrajności jako cechą wybitnie ludzką.

Pierre Bourdieu twierdzi, iż:

historia powieści francuskiej po Balzacu zmierza do wyeliminowania „powieściowości”: Flaubert marzący o „powieści o niczym”, Goncourtowie z ich ambicją stworzenia powieści „bez intrygi i bez perypetii, która nie dostarcza pospolitej rozrywki”, wnieśli wiele do programu wyrażonego przez samych Goncourtów: „zabić powieściowość”. Program ten kontynuowany jest od Joyce’a poprzez Faulknera aż po Claude’a Simona wraz z powstaniem powieści pozbawionej linaernego porządku zdarzeń i obnażającej siebie samą jako fikcję. Podobnie wreszcie, historia reżyserii zmierza w coraz większym stopniu w kierunku eliminacji „teatralności” i osiąga swój kres w przedstawieniu iluzji komicznej, przedstawieniu świadomym swej iluzyjności.⁴⁰

Według Bourdieu, historia awangard rozumiana jako proces jest rodzajem walki „o gatunek” przez próbę rozbicia struktury konwencjonalnej (mówiąc ogólnie np. kanonu) i tłumaczona jest próbą powrotu do zasadniczych źródeł. Przez to, interpretując, gatunek sam w sobie jest spełnieniem opowieści wiecznego powrotu, ulega rozwojowi generatywnemu, po czym, dobija początków własnego istnienia w odwrotności, czy też drugim biegunie tego samego procesu: „ulega coraz większej redukcji do swej oczyszczonej egzystencji”. Awangarda występuje przeciw fabule zdarzeniowości, bowiem ta wolna jest na moment od historii, pozwala na odsłonięcie czystego aktu artystycznego danego w bezpośredniości czasoprzestrzennej i komunikacyjnej (akcjonizm, *slam poetry*, eksperymenty performatywne), zaciera przeto (choć tylko na chwilę) systemowość, odsłaniając styl w sensie czystym jako indywidualną przestrzeń ekspozycji i ekspresji na tle szeroko rozumianej społeczności. Awangarda jednak, jak widać w świetle tych szkicowych rozważań, sama jest konwencją najstarszą. Trudno nie zgodzić się zatem, rekapitulując, ze zdaniem

39. Określenie Rudolfa Arnheima, zob. A. Helman, Współczesna sytuacja dzieła sztuki, w: S. Żółkiewski, M. Hopfinger (red.), Kultura – komunikacja – literatura. Studia nad dwudziestym wiekiem, Ossolineum, Wrocław 1976, s. 128; zob. także: A. Zeidler-Janiszewska, Przemiany współczesnej praktyki artystycznej. Próby interpretacyjne, Instytut Kultury, Warszawa 1991.

40. Tamże, s. 275.

Remy'ego de Gourmonta, że jesteśmy niejako skazani na obracanie się w kręgu o niezbyt wielkim obwodzie.

BIBLIOGRAFIA

- Beaudrillard, Jean, (2008), *Zbrodnia doskonała*, przeł. S. Królak, Warszawa, Sic!.
- Benjamin, Walter, (1965), *Twórca jako wytwórca*, w: S. Skwarczyńska (oprac.), *Teoria badań literackich za granicą*, t. 1, Kraków, Wydawnictwo Literackie.
- Bonsiepe, Gui, *Retoryka wizualno- werbalna*, „Pamiętnik Literacki” 1985 (3).
- Bourdieu, Pierre, (1998), *Teoria obiektów kulturowych*, w: R. Nycz (red., wstęp), *Odkrywanie modernizmu. Przekłady i komentarze*, Kraków, Universitas.
- Bralczyk, Jerzy, (1995), *Język na sprzedaż*, Warszawa, GWP.
- Brodzka-Wald, Alina, *Ten niechciany, niezbędny włóczęga: narrator, dziś*, wydruk komputerowy [udostępniony dzięki uprzejmości ś. p. autorki].
- Curtius, Ernst Robert, (2005), *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, Kraków, Universitas.
- Czermińska, Małgorzata, (2000), *Wobec tradycji gatunków*, w: tejsze, *Autobiograficzny trójkąt. Świadectwo, wyznanie i wyzwanie*, Kraków, Universitas.
- Dobrzyńska, Teresa, (1996), *Tekst – w perspektywie stylistycznej*, w: tejsze (red.), *Tekst i jego odmiany*, Warszawa, IBL PAN.
- Eco, Umberto, (1994), *Sztuka i piękno w średniowieczu*, przeł. M. Olszewska, M. Zabłocka, Wyd. 2, Kraków, Znak .
- Eco, Umberto, (2003), *O literaturze*, przeł. J. Ugniewska i A. Wasilewska, Warszawa, Muza.
- Gilbert, Michael (1996), *Jak wygrać spór*, tłum. S. Kędzierski, Warszawa, Amber.
- Genette, Gérard (1979), *Gatunki, „typy”, tryby*, „Pamiętnik Literacki” nr 2.
- Głowiński, Michał, (1992), *Od metod zewnętrznych i wewnętrznych do komunikacji literackiej*, w: tegoż, *Poetyka i okolice*, Warszawa, PWN.
- Gołaszewska, Maria, (1983), *Między filozofią sztuki a mikroestetyką*, w: tejsze (red.), *Estetyka i sztuki*, Kraków, UJ IF.
- Helman, Alicja, (1976), *Współczesna sytuacja dzieła sztuki*, w: S. Żółkiewski, M. Hopfinger (red.), *Kultura – komunikacja – literatura. Studia nad dwudziestym wiekiem*, Wrocław, Ossolineum.
- Isser, Wolfgang, (1998), *Zmienne funkcje literatury*, w: R. Nycz (red.), *Odkrywanie modernizmu*, Kraków, Universitas.
- Jaroszyńska, Anna D., *Krytyka retoryczna w Stanach Zjednoczonych Ameryki. (Zarys dziejów i najnowsze kierunki rozwojowe)*, „Pamiętnik Literacki”, 1988 (3).
- Korolko, Mirosław, (1998), *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa, PWN.
- Krąpiec, Mieczysław Albert, (1979), *Ja – człowiek. Zarys antropologii filozoficznej*, Lublin, Towarzystwo Naukowe KUL.
- Kwintylian, Marek Fabiusz, (1951), *Kształcenie mówcy*, przeł. M. Brożek, Wrocław,

Biblioteka Narodowa.

Lachawiecki, Leszek, (1997), *Sztuka zwycięskiej dyskusji*, Warszawa, Sternik.

Lachman, Renate, *Retoryka a kontekst kulturowy*, przeł. W. Bialik, „Pamiętnik Literacki” 1977 (2).

Lichański, Jakub Zdzisław, (1995), *Zarys historii retoryki*, Wrocław, Wyd. UW.

Lichański, Jakub Zdzisław, (2000), *Retoryka od renesansu do współczesności – tradycja i innowacja*, Warszawa, DiG.

Lichański, Jakub Zdzisław, (2007), *Retoryka. Historia – teoria – praktyka*, Warszawa, DiG.

de Man, Paul, (2004), *„Alegorie czytania. Język figuralny u Rousseau, Nietzschego, Rilkego i Prousta*, tłum. A. Przybylski, Kraków, Universitas.

Markiewicz, Henryk, (1996), *Odmiany intertekstualności*, w: S. Balbus (red.), *Wymiary dzieła literackiego*, Kraków, Universitas.

Miczka, Ewa, (1996), *Rola kategorii ponadzdaniowych w procesie rekonstrukcji tekstu*, w: T. Dobrzyńska (red.), *Tekst i jego odmiany*, Warszawa, IBL PAN.

Mitosek, Zofia, (1998), *Dylematy realizmu (Lucács 1885 – 1971)*, w: teje, *Teoria badań literackich*, Warszawa, PWN.

Nycz, Ryszard, (1993), *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa, IBL PAN.

Ostaszewska Danuta, Sławkowa Ewa, (1996), *Kontekst rozważania w strukturze tekstu. (Analiza funkcjonalno-strukturalna)*, w: T. Dobrzyńska (red.), *Tekst i jego odmiany*, Warszawa, IBL PAN.

Perelman, Chaim, (1979), *The new rhetoric and the humanities. Essays on Rhetoric and It's Applications*, Boston – London.

Perloff, Marjorie, *Nowe progi, stare antynomie: współczesna poezja a granice egzegezy*, przeł. A. Preis-Smith, „Literatura na świecie”, 7(180), Warszawa 1986.

Platon, (2008), *Obrona Sokratesa. Kriton, Uczta*, przeł., wstęp i objaśnienia W. Witwicki, Warszawa, Hachette.

Skubalanka, Teresa, (1984), *Historyczna stylistyka języka polskiego. Przekroje*, Wrocław, Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Skwara, Marek, (2006), *Entymemat – zapomniana kategoria historii i teorii literatury*, w: *Retoryka w Polsce. Teoria i praktyka w ostatnim półwieczu*, Szczecin, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Skwara, Marek, (2008), *O polskiej retoryce od 1945 roku*, w: M. Skwara (red.), *Retoryka*, Gdańsk, słowo/obraz/terytoria.

Stabryła, Stanisław, (1983), *Rzymska krytyka literacka i teoria literatury*, wybór i oprac. S. Stabryła, Wrocław, Ossolineum.

Szymanek, Krzysztof, (2001), *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa, PWN.

Wesołowska, Danuta, (1996), *Słowa z piekła rodem. Lagerszpracha*, Kraków, Impuls.

Zeidler – Janiszewska, Anna (red.), (1991), *Przemiany współczesnej praktyki artystycznej. Próby interpretacyjne*, Warszawa, Instytut Kultury.

Ziomek, Jerzy, (1990), *Retoryka opisowa*, Wrocław, Ossolineum.

Agnieszka Budzyńska-Daca
Uniwersytet Warszawski

DEBATY KONKURSOWE I TELEWIZYJNE DEBATY PRZEDWYBORCZE – PROBLEMY *DISPOSITIO* W DWÓCH REALIZACJACH GATUNKOWYCH

Artykuł dotyczy wybranych problemów dwóch realizacji gatunkowych debaty: konkursowej i przedwyborczej, w której biorą udział liderzy polityczni. Przedstawiono podstawowe założenia omawianego gatunku i odniesiono je do obydwu typów debat. Wprowadzono podział na porządek naturalny (*ordo naturalis*), charakterystyczny dla debat konkursowych i porządek negocjowany (*ordo artificialis*) właściwy debatom przedwyborczym. Wskazano jaki wpływ mają zmiany w obszarze retorycznej *dispositio* na realizację podstawowych założeń tkwiących w idei debaty.

Competition debates and pre-election TV debates - dispositio problems
in two forms of a debate genre

The article aims at the overview of the selected problems of the two genre realizations of the debate: competition debates and pre-election debates characterized by the presence of political leaders. Basic assumptions of the genre have been presented and referred to in the two types of the debate. There has been introduced a division into natural order (*ordo naturalis*), characteristic for competition debates, and negotiated order (*ordo artificialis*), present in pre-election debates. The author highlights the influence of the changes in the rhetorical *dispositio* on the realization of the basic assumptions characteristic for the idea of the debate.

1. Wprowadzenie

O debatach i debatowaniu jako przejawach retoryczności w kulturze można myśleć w kategoriach form zindywidualizowanych i idei, rozpatrywać obszar gatunków wypowiedzi, form komunikacji medialnej czy wreszcie sposobów uczestnictwa w życiu społecznym, politycznym. W idei debaty mieści się wieloperspektywiczność, wielopłaszczyznowość, wielogłosowość. Pluralizm poglądów, które znajdują miejsce w przestrzeni publicznej jest elementem istotnym, choć nie najważniejszym dla

ujęcia natury debaty. Chodzi o coś więcej, o zaangażowane uczestnictwo podmiotów retorycznych w obszarze problemu. Jedną ze współczesnych definicji retoryki charakteryzuje ją jako problematologię, negocjację dystansu między jednostkami w danej kwestii.¹ Jej przedmiotem są pytania, problemy dzielące i przeciwstawiające protagonistów. Debatę, jako formę uczestnictwa w problemie w postaci konfrontacji stanowisk i racji, należałoby ująć jako rywalizację między stronami sporu o ten dystans.

Niniejszy artykuł przedstawia debatę jako retoryczny gatunek wypowiedzi w dwóch jego realizacjach, rozpatrywanych w różnych sytuacjach retorycznych: zaaranżowanego współzawodnictwa, zawodów oratorskich (debata konkursowa) i demokratycznych wyborów liderów politycznych (telewizyjna debata przedwyborcza). Zestawienie obydwu zjawisk ma swoje uzasadnienie teoretyczne: unaocznia problem przekształceń w obrębie gatunku retorycznego, ale także wymiar praktyczny: stanowi próbę uzasadnienia krytyki debat przedwyborczych, którą zwykle wyrażają w mediach publicyści, komentatorzy polityczni. Krytyka ta odnosi się do problemów jakości debat, niedemokratycznych standardów rozgrywania argumentacyjnego starcia, braku najważniejszych elementów debaty w debacie. Zaznaczyć trzeba, że oczekiwania audytorium wobec gatunku wypowiedzi kształtują retoryczne parametry tekstu: jego strukturę kompozycyjną i argumentacyjną. Wykraczanie poza te parametry budzi niepożądaną reakcję odbiorców.² Klasyfikacja gatunkowa jest jednym z głównych czynników pozwalających ustalić kryteria oceny tekstu.³ Gatunek ukierunkowuje wypowiedzi telewizyjne, sugeruje widzowi konkretny typ przekazu, przez co określa jego postawę odbiorczą.⁴ Pomimo głosów krytyki organizatorzy przedwyborczych spotkań liderów (w polskich warunkach to stacje telewizyjne), a także sami ich uczestnicy nie chcą rezygnować z firmowania

1. M. Meyer, M. M. Carrilho, B. Timmermans, *Historia retoryki od Greków do dziś*, przeł. Z. Baran, Warszawa 2010, s. 293-332.

2. Jednym ze sposobów wyodrębniania telewizyjnych form gatunkowych jest ocena prawdopodobnej reakcji widzów na program. J. Butler, *Television: Critical Methods and Applications*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 2002, s. 339-340.

3. K. Jamieson, *Generic constraints and the rhetorical situation*, "Philosophy and Rhetoric", 6 (3) 1973, s. 162-170.

4. T. Miczka, *Gatunek*, w: *Słownik pojęć filmowych*, pod red. A. Helman, t. 10, Kraków 1998, s. 44.

przedwyborczego starcia mianem „debaty”.⁵ Nie chcą więc zrezygnować ze zobowiązań gatunkowych, a tym samym utwierdzają odbiorców w ich oczekiwaniach wobec komunikatu. Sięgnięcie do modelu debat konkursowych jako realizacji wzorca kanonicznego⁶ stanowi punkt odniesienia do krytyki debat przedwyborczych.

2. Z problemów *inventio*

Podstawowe podziały komunikatów retorycznych przebiegają wedle trzech pól gatunkowych ujmujących wymowę publiczną. Debata jako rdzenny gatunek retoryczny (zarówno praktyka debatowania, jak i przemawiania publicznego dała asumpt do ustaleń normatywnych w tym obszarze⁷) wpisuje się w podziały genologiczne. Debata w *genus demonstrativum* odnosi się do sporu o wartości kulturowe, sporów filozoficznych (np. cykl gdański areopag, debaty tischnerowskie); *genus deliberativum* ujmuje debaty polityczne, parlamentarne, przedwyborcze, *genus iudiciale* właściwy jest sporom sądowym, nie tylko tym odbywającym się na sali rozpraw, ale także w innych przestrzeniach publicznych, gdzie idzie o ustalenie faktów i wydanie osądu.

W debatach konkursowych także zachowany jest podstawowy podział genologiczny. Ze względu na specyfikę dyskutowanej kwestii występują: debaty o wartościach (*propositions of value*) dotyczą osądu w sprawie osób, miejsc, rzeczy lub idei. Kwestie dotyczące faktów (*propositions of fact*), gdzie rozpatrywane jest zagadnienie prawdy. Kwestie dotyczące polityczności, sposobu działania (*propositions of policy*) dotyczą propozycji rozstrzygnięć w sferze zachowań praktycznych.⁸

Konkursowe realizacje debat obejmują szerokie spektrum tematyczne i występują we wszystkich rodzajach. Z uwagi na to, że pełnią także istotne role w edukacji retorycznej i obywatelskiej, podkreśla się konieczność przestrzegania zasady autentyzmu, wierności wobec idei uczciwej konfrontacji w różnych (nie tylko

5. Niemieckie telewizje firmują przedwyborcze debaty jako ‘telewizyjne pojedynki’ (‘TV duels’). Taka formuła sprawia, że wydarzenie jest bardziej interesujące dla mniej zainteresowanych wyborami odbiorców. T. Faas, J. Maier, *Miniature Campaigns’ in Comparison: The German Televised Debates, 2002–09*, “German Politics”, Vol.20, No.1, March 2011, s. 76. Warto dodać, że rezygnacja z terminu ‘debata’ zwalnia organizatorów i uczestników ze zobowiązań narzuconych przez formę gatunkową.

6. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16-18; Taż, *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 12-15.

7. R. J. Branham, *Debate and Critical Analysis: The Harmony of Conflict*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ 1991, s. 1-8.

8. D. K. Scott, *Debating Historical Propositions: Toward a Unique Genre of NEDA Debate*, <http://www.eric.ed.gov/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED383004>

konkursowych) realizacjach. Rozróżnienie debat prawdziwych i pozornych jest znamienne dla refleksji nad tym gatunkiem. Co, jak sądzę, ma swoje źródło w pierwotnym podziale argumentacji u Arystotelesa na argumenty dialektyczne i argumenty pozorne, erystyczne i sofistyczne.⁹ Zbudowana na pozornej argumentacji debata daje poczucie pozornego uczestnictwa w problemie. Arystoteles tak przedstawia rozróżnienie obydwu sposobów dowodzenia w dyskusji:

Kto chciałby uczciwie nakłonić kogoś do zmiany poglądów, powinien to uczynić w sposób dialektyczny, a nie erystyczny, właśnie tak jak geometra, który powinien rozumować geometrycznie, niezależnie od tego czy wniosek będzie fałszywy, czy prawdziwy; [...] Ponieważ ten, kto przeszkadza we wspólnym dziele, jest złym partnerem, to zasada ta ma również zastosowanie w dyskusji; bo i tutaj istnieje jedno wspólne zadanie, wyjawszy tych, którzy dyskutują w tym celu, ażeby wypróbować swoje siły. [...] Bo ten, kto li tylko stawia pytania w celach erystycznych, źle dyskutuje, tak samo jak odpowiadający, gdy nie podaje jasnej odpowiedzi i nie wdaje się w to, czego się chce dowiedzieć pytający.¹⁰

Rozważając *inventio* debaty, trzeba zwrócić uwagę na cztery komponenty intelektualne, które powinny być w niej zaktualizowane: (1) rozwój, przekształcanie (*development*), (2) starcie (*clash*), (3) rozszerzenie (*extension*) i (3) perspektywiczność (*perspective*).¹¹ W prawdziwej debacie uczestnicy przedstawiają swoje stanowiska i idee względem kwestii dyskutowanej w postaci opisu, wyjaśnienia, unaocznienia. Ponadto każda ze stron analizuje argumenty oponenta w sposób krytyczny, ich słabości, błędy, niespójności. Odpiera racje, z którymi się nie zgadza, formułuje kontrargumenty. Wreszcie uczestnicy bronią swoich tez, kiedy są odpierane przez stronę przeciwną. Perspektywą dla obydwu stron jest uzyskanie przychylności audytorium, które rozsądza spór.¹² W jej konkursowej realizacji tym audytorium będą sędziowie, w realizacji przedwyborczej określone grupy wyborców, do których

9. Arystoteles. O dowodach sofistycznych, 171b-172a; por. S. Wolf, A System of Argumentation Forms in Aristotle, "Argumentation" (2010) 24:19-40.

10. Arystoteles, Topiki, ks. VIII, 161b, przeł. K. Leśniak.

11. R. J. Branham, dz. cyt. s. 21-29

12. A. C. Snider, Voices In the Sky: Radio Debates, International Debate Education Association, New York 2005, s. 4.

politycy kierują komunikat perswazyjny.¹³

Obydwie realizacje gatunkowe przebiegają w odmiennych kontekstach sytuacyjnych wyznaczających teleologię dyskursu. Specyfikę sytuacji retorycznej, w której mówca przedstawia swoją wypowiedź, konstytuują trzy komponenty: po pierwsze, sprawa aktualnej wagi, wymogi (*exigences*), po drugie, audytorium (*audience*) i po trzecie, ograniczenia (*constraints*)¹⁴. Pierwszy z wymienionych składników określa warunki, które sprowokowały mówcę do wypowiedzi: kryzysowa sytuacja, okoliczności, w których oczekiwana jest ingerencja mówcy. Drugi to audytorium, czyli ci wszyscy, którzy są zdolni do ulegania wpływom dyskursu i którzy mogą mieć wpływ na zmianę sytuacji, która dyskurs wywołała. I trzeci czynnik, który obejmuje osoby, wydarzenia, przedmioty, relacje, które mogą wpłynąć na ograniczenie działań zmierzających do zmiany sytuacji kryzysowej. W obszarze ograniczeń mieszczą się też uwarunkowania gatunkowe wypowiedzi retorycznej.

Zróżnicowanie w obszarze sytuacyjności retorycznej ma kapitalne znaczenie dla wewnętrznego ładu w konstrukcji debaty. Sytuacja w debacie konkursowej jest sytuacją autoteliczną, sztuczną. Celem mówców nie jest wpłynięcie na audytorium, aby np. potępiło polską ingerencję zbrojną w Iraku, czy uznało homofobię za szkodliwe zjawisko społeczne. Celem jest sprawdzenie własnej biegłości w sztuce retorycznej. Idea debat realizuje się w obszarze progymnasmatów, ćwiczeń przygotowujących do prawdziwych debat w sytuacjach, gdzie sprawa aktualnej wagi (*exigence*) będzie miała osadzenie w rzeczywistości, a mówca weźmie na siebie odpowiedzialność za ingerencję w rozwiązanie problemu i jego głos stanie się autentyczną odpowiedzią na wymogi sytuacji.

Organizatorzy debat wskazują na dobrodziejstwa płynące z praktyki tego rodzaju konkursów:

Debaty kształtują umiejętność krytycznego myślenia i oddzielania opinii od faktów. Debatowanie uczy dyskusji, logicznego myślenia, konstruowania argumentów

13. W koncepcji Perelmana i Olbrechts-Tyteca, gdzie wyodrębniono dwa typy dialogu: heurystyczny (dyskusję) i erystyczny (debatę) dokonano też specyfikacji audytoriów. W dyskusji rozmówca kierując swoją argumentacją do partnera zakłada, że ten uosabia audytorium powszechne. W debacie natomiast, która jest dialogiem polemicznym, oponent uosabia audytorium wyodrębnione, szczególne, audytorium, które reprezentuje tezę przeciwną względem kwestii dyskutowanej. Zob. Frans H. Van Eemeren i in., *Fundamentals of Argumentation Theory: A Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ 1996, s. 101.

14. L. F. Bitzer, *The Rhetorical Situation*, "Philosophy and Rhetoric" 1, 1968, s. 1-14. Rpt. J. L. Lucaites, C. M. Condit, S. Caudill eds., *Contemporary Rhetorical Theory. A Reader*, The Guilford Press, New York 1999, s. 217-25.

i wypowiedzania się w sposób, który przyciąga uwagę słuchaczy. Kształci umiejętności pracy grupowej, wymagającej współpracy i dążenia do kompromisu, ale daje też szansę indywidualnego zaistnienia. Konieczność ustosunkowania się do argumentów przeciwnika wymaga od uczestników aktywnego słuchania.”¹⁵

Debaty konkursowe realizują cele edukacji retorycznej. Tymczasem debaty przedwyborcze, wedle założeń instytucji demokratycznych, powinny edukować i informować elektorat.¹⁶ Z punktu widzenia uczestników wyborczych starć funkcja informacyjna nie jest najważniejsza. Ustępuje funkcji perswazyjnej, czyli dążeniu do zwycięstwa w wyborach. Sytuacja debaty przedwyborczej osadzona jest w kontekście całej kampanii, a więc w makrosytuacji wyborów. Debata jest tylko jedną z form strategii pozyskiwania poparcia obywateli. I jako taka stanowi wymóg (*exigence*), a zarazem przez swoją strukturę gatunkową ograniczenie (*constraint*), które warunkuje sposób i budowę komunikatu perswazyjnego.

3. Z problemów *dispositio*

Organizacja sporu to najciekawszy i najbardziej zróżnicowany sytuacyjnie element retorycznej teorii debaty. Uporządkowanie materii argumentacyjnej, a więc retoryczna dyspozycja (*dispositio*) jest „stosownym rozdzieleniem [przedstawionych] rzeczy oraz części wypowiedzi we właściwych miejscach”¹⁷. W przypadku wypowiedzi ciągłej podmiot retoryczny rozplanowuje argumentację zgodnie z ustaloną przez siebie konstytucją sprawy, w przypadku interakcji, a więc współprezentacji dwóch przekazów, obydwu podmiotom retorycznym/stronom sporu zależy na ustaleniu porządku wypowiedzi, który zapewni im swobodę wysłowienia (*elocutio*) i wygłoszenia (*pronuntiatio*) uprzednio opracowanej argumentacji (*confirmatio, refutatio*).

W porządku naturalnym mowy (*ordo naturalis*) wyróżnia się sekwencję: *exordium – narratio – argumentatio – peroratio*, która odnosi się do reguł sztuki retorycznej. Zaplanowane odstępstwa od tego podziału materii argumentacyjnej ze względu na regułę użyteczności (*utilitas*) określa się mianem porządku

15. J. Szeja, *Debaty szkolne jako element kształcenia retorycznego*, w: J.Z. Lichański, red., *Uwieść słowem czyli retoryka stosowana*, DiG, Warszawa 2003, s. 111.

16. The Commission on Presidential Debates sponsorująca debaty prezydenckie w Stanach Zjednoczonych od 1988 deklaruje m.in. takie cele swojej działalności. <http://www.debates.org/index.php?page=about-cpd> (dostęp: 10. 11. 11)

17. Quint. VII pr.1.

artystycznego (*ordo artificialis*).¹⁸ W debatach konkursowych reguły są ustalane uprzednio, a uczestnicy, przystępując do argumentacyjnego starcia, akceptują porządek, tzw. format debaty.

W większości formatów debat konkursowych uwzględnia się na początku argumentację strony wspierającej propozycję (tezę), która rozpoczyna i kończy debatę. Stałym elementem są przemówienia przedstawicieli obydwu stron wygłaszane na przemian. W wypowiedziach argumentacyjnych wyróżnia się część o charakterze konstruktywnym (*confirmatio*) i część odpierającą (*refutatio*). Wypowiedzi konstruktywne pojawiają się jako pierwsze w debacie, repliki następują po nich. Zwykle też czas na replikę w debacie jest krótszy, niż na część konstruktywną. Kolejnym elementem formatu jest czas przeznaczony na wystąpienia obydwu stron. Ważne jest, aby każdy uczestnik dysponował tym samym przedziałem czasu na swoje wypowiedzi.¹⁹ Poza tymi cechami wspólnymi debaty różnią się liczbą uczestników i rozwiązaniami szczegółowymi w obszarze głównych części argumentacji (m.in. sposobem i formą zgłaszania przez strony kwestii szczegółowych).

Poniżej przedstawiono dwa porządki sporu, w różnych typach debat konkursowych. Pierwszy z wymienionych pochodzi z formatu debaty parlamentarnej.²⁰ Każdą ze stron reprezentują dwie osoby: Premier i Członek rządu, a także Lider opozycji i Członek opozycji.

Premier	8 min.
Lider opozycji	8 min.
Członek rządu	8 min.
Członek opozycji	8 min.
Lider opozycji	4 min. (refutacja)
Premier	4 min. (refutacja)

Drugi z przedstawionych porządków stosowany jest w formacie *American policy debate*.²¹ W debacie każdą ze stron reprezentują trzy osoby.

18. H. Lausberg, *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*, przeł. A. Gorzkowski, Wydawnictwo Homini, Bydgoszcz 2002, s. 272-274; J. Z. Lichański, *Retoryka. Historia – teoria – praktyka*. T. 1, DiG, Warszawa 2007, s. 126.

19. R. J. Branham, dz. cyt., s. 207-208.

20. Tamże, s. 209.

21. Tamże, s. 213.

Mowa	60 min.	72 min.
Pierwsza wypowiedź strony afirmującej (A1)	8	10
Odpowiedź (A1) na pytanie strony negującej (N)	3	3
Pierwsza wypowiedź strony negującej (N1)	8	10
Odpowiedź (N1) na pytanie strony afirmującej (A)	3	3
Druga wypowiedź strony afirmującej (A2)	8	10
Odpowiedź (A2) na pytanie strony negującej (N)	3	3
Druga wypowiedź strony negującej (N2)	8	10
Odpowiedź (N2) na pytanie strony afirmującej (A)	3	3
Pierwsza wypowiedź odpierająca strony negującej (N)	4	5
Pierwsza wypowiedź odpierająca strony afirmującej (A)	4	5
Druga wypowiedź odpierająca strony negującej (N)	4	5
Druga wypowiedź odpierająca strony afirmującej (A)	4	5

Na przykładach tych dwóch formatów widać symetryczne rozplanowanie argumentacji konfirmatywnej i refutacyjnej – stały element porządku naturalnego retorycznej formy wypowiedzi. Układ ten pozwala realizować założenia debaty: postęp w argumentacji, starcie, poszerzenie pola argumentacyjnego i udobitnienie przekazu kierowanego do audytorium.

W debatach przedwyborczych reguły formatu są ustalane każdorazowo przez kandydatów (ich sztaby) w porozumieniu z pracownikami mediów, które są odpowiedzialne za produkcję programu. Porządek debaty nie jest więc zwyczajnie afirmowany, jak to ma miejsce w konkursowych realizacjach, ale negocjowany, układany na nowo. Możemy zatem wprowadzić zróżnicowanie na formaty ustalone, oparte na retorycznych zasadach konfrontacji (*ordo naturalis*) i na formaty negocjowane, które są kształtowane w oparciu o porozumienie stron (*ordo artificialis*). Na negocjacje porządku wypowiedzi ma wpływ sytuacja retoryczna, a właściwie sytuacje retoryczne obydwu kandydatów, które jedynie w wybranych obszarach kontekstowych są wspólne dla obydwu stron. Wiele czynników jednakże te sytuacje różnicuje, co wpływa na warunki ustalania formatu. Zanim mówcy poddadzą swoją argumentację ocenie audytorium, ustalają rozplanowanie poszczególnych części mowy. Dlatego też format z perspektywy podmiotów retorycznych (nie z perspektywy nadawcy telewizyjnego) widziałabym jako problem z obszaru dyspozycji retorycznej, jako element strategii argumentacyjnej.

Formaty telewizyjnych debat przedwyborczych różnią się od formatów debat konkursowych liczbą mówców reprezentujących strony sporu. W debatach przedwyborczych występują tylko liderzy ugrupowań, w realizacjach konkursowych

argumentację przedstawia zespół. W przypadku debat telewizyjnych praca zespołowa, czyli działania sztabów wyborczych dotyczą przygotowania kandydatów do wystąpienia. Samo spotkanie w tzw. debatach wielkich²² rozgrywa się między dwoma kandydatami. Drugim czynnikiem różnicującym te dwa rodzaje sporów jest rola moderatorów. Osoba prowadząca spotkanie konkursowe ma rolę czysto ramową, dba o realizację formatu. W debatach przedwyborczych natomiast moderatorzy, dziennikarze, osoby zadające pytania mają wpływ na materię argumentacyjną. Formułują kwestie szczegółowe, których debatujący wcześniej nie znali. Jak pokazuje praktyka w formatach *press conference*, które były realizowane w debatach polskich w latach 1995-2010, dziennikarze moderujący wchodzą w konfrontację z politykami. Co nie sprzyja idei bezstronności organizatorów, przedstawicieli mediów w debacie i utrudnia odbiorcom ocenę przekazu.²³

Najważniejszym elementem różnicującym te dwie realizacje gatunkowe są audytoria. Audytoria debat konkursowych usytuowane jest na metapoziomie dyskursu. Wydaje orzeczenie dotyczące warsztatu retorycznego mówców, ich sprawności w dowodzeniu, umiejętności kreowania etosu. Zawieszony zostaje problem fortuności perswazji (funkcja perlokucyjna). W debacie przedwyborczej ten typ audytoria też występuje. Są to zaproszeni przez nadawców telewizyjnych komentatorzy, publicyści, a także – co niezwykle istotne – sami sztabowcy przygotowujący kandydatów do debaty. Ich rola polega na wskazaniu zwycięzcy. Ale nie jest to werdykt ostateczny, a raczej projekcja osądu eksperckiego na oceny właściwego audytoria. Pierwsi komentatorzy debat nakładają filtr interpretacyjny na wcześniejszy przekaz tak, aby wyborcy, implikowane audytoria tego przekazu, odczytywały go zgodnie z ustaloną strategią wizerunkową sztabu. Czas po debacie jest częścią objętą osobną strategią sztabów, a także zaangażowanych w kampanię mediów.²⁴

4. Telewizyjna debata przedwyborcza – kilka postulatów badaczy

Zdaniem Benoit debaty prezydenckie powinny spełniać kilka ważnych zasad. Po pierwsze, ich zadaniem jest informować wyborców. To obywatele decydują

22. Takie określenie pojawiło się po pierwszych debatach amerykańskich między Kennedy'm a Nixonem. Wprowadzam je, aby odróżnić przedwyborcze spotkania liderów największych partii od debat między przedstawicielami wielu ugrupowań startujących w wyborach.

23. Od 1992 nie stosuje się tego formatu w telewizyjnych debatach prezydenckich w Stanach Zjednoczonych.

24. R.V. Friedenberg, *Patterns and Trends in National Political Debates: 1960- 1996*, w: R. V. Friedenberg red. *Rhetorical Studies of National Political Debates* - - 1996. CT: Praeger, Westport 1997, 61-91.

w głosowaniu, kto zostanie przyszłym prezydentem, muszą więc mieć dostateczną wiedzę dotyczącą propozycji zarządzania państwem, które przedstawiają politycy. Po drugie, debaty powinny poruszać kwestie ważne dla wyborców, a nie te, które sami politycy albo prowadzący debatę moderatorzy czy dziennikarze uznają za istotne do omówienia. Po trzecie, debaty mają pokazywać różnice między kandydatami, aby ułatwić wyborcom podjęcie decyzji. Po czwarte wreszcie, format debaty powinien umożliwiać politykom stracie w obszarze kwestii politycznych i wizerunkowych.²⁵ Jeffrey Auer, jeden z krytyków pierwszych prezydenckich debat telewizyjnych w Stanach Zjednoczonych, nazwał je debatami pozornymi. Zgłosił postulat uregulowań normatywnych w obszarze definicji. Jego zdaniem debata powinna być: (1) konfrontacją (2) w równej i odpowiedniej ilości czasu (3) dopasowanych zawodników (4) nad ustaloną kwestią (5) w celu uzyskania decyzji publiczności. Każdy z tych elementów jest istotny, jeśli chcemy mówić o prawdziwej debacie.²⁶

Zalecenia Auera, choć przeszły do klasyki badań nad debatami, trudno wpisać się w realizację przedwyborczych pojedynków organizowanych, współorganizowanych, czy tylko nadawanych przez media. Najwięcej kłopotów w organizacji debaty przysparza punkt drugi i czwarty tej definicji. Równość czasu jest zwykle w deklaracjach prowadzących spotkanie dotrzymywana. Niekiedy widz może odnieść wrażenie, że jest to nie tylko rama konstrukcyjna, ale wręcz kluczowy problem wchodzący w obszar dyskursu kontrolowanego przez organizatora, a wyrażanego przez panelistów czy moderatora. („Pański czas się skończył”, „Nie ma pan już czasu”, „Nie ma pan prawa głosu”, „Wyczerpał pan swój czas”)²⁷. Równy czas jest więc w *dispositio* debaty, w jej formacie zaprojektowany. Nie jest natomiast, i nie ludźmy się, nie może być, zrealizowany postulat wystarczającego czasu na argumentacyjne rozstrzygnięcia w danej kwestii. Wiąże się to oczywiście z ograniczeniami sytuacyjnymi ze strony nadawcy. Stąd czas 60-90 minut na pokazanie dyskusji między politykami, czyli mniej więcej tyle ile trwa mecz piłkarski

25. W. L. Benoit, Let's Put „Debate” into „Presidential Debates”. Paper presented at the Annual Meeting of the National Communication Association (85th, Chicago IL, November 4-7, 1999).

26. J. Auer, The Counterfeit Debates w: S. Kraus ed. The Great Debates: Background, Perspective, Effects, Indiana University Press, Bloomington 1962, s. 146.

27. Tego rodzaju formuły mogą być elementem manipulacji, jako ukryte argumenty ad nauseam (‘do znużenia’), których funkcją jest utrwalić przekaz w percepcji odbiorców przez częste powtórzenia. A. Budzyńska-Daca, J. Kwosek, Erystyka czyli o sztuce prowadzenia sporów. Komentarze do Schopenhauera, PWN, Warszawa 2009, s. 194.

w telewizji, przyjmuje się jako optymalny.²⁸ Czas wystarczający musi zastąpić w debatach poczucie czasu, który w retoryce określa się mianem *kairos*, czyli czasu najlepszego, zdeterminowanego sytuacyjnie. Jak nazwał go Reboul, „dogodny moment, okazja wymagająca schwywania w nieustającym biegu rzeczy, coś co nazywamy duchem ‘a propos’ lub repliki i co jest duszą każdej żywej retoryki”.²⁹ Czwarty z postulatów Auera również nie jest dotrzymywany w praktyce w debatach przedwyborczych. W telewizyjnych realizacjach występuje w debatach w rodzaju demonstratywnym, w sporach intelektualistów, polityków, gdzie rozważana jest jedna ważka kwestia (np. „Bóg urojony” – debata na temat ateizmu w Polsce). W debatach przedwyborczych ten warunek jedności kwestii jest konsekwentnie ignorowany.

W obronie jakości telewizyjnej debaty przedwyborczej, a więc w obronie demokratycznych procedur, wypowiadało się wielu badaczy. Problem formatu należy do jednej z głównych kategorii badań nad debatami, choć są też opinie, że nie jest kwestią decydującą o jakości telewizyjnego starcia polityków.³⁰ W moim przekonaniu, które wypowiadam z pozycji retorycznej refleksji nad dyskursem perswazyjnym, format, czyli dyspozycyjne ukształtowanie przekazu, zadbanie o jego odpowiednie rozplanowanie, jest czynnikiem równie ważnym jak elementy z obszaru *inventio*.

Benoit postulował, aby w debatach prezydenckich format ukształtowany był wedle sześciu zasad: po pierwsze, spotkanie powinno dotyczyć jednego tematu. Kiedy politycy zgadzają się na wymianę argumentów w obszarze jednotematycznym, mogą się lepiej przygotować do omawianych zagadnień i przekazać tę wiedzę obywatelom. Po drugie, powinni uzgodnić temat, który zostanie wskazany przez wyborców, a nie przez dziennikarzy czy ich samych. Musi to być temat najważniejszy z punktu widzenia wyborców. Po trzecie, format powinien dawać okazję do starcia między kandydatami, aby pokazać różnice poglądów.³¹ Po czwarte, pytania, które są

28. Aby zapewnić debacie oglądalność, a więc przyciągnąć i utrzymać widzów, konieczne było odejście od formatu dawnych debat amerykańskich między Lincolnem a Douglasem, które stawiano za wzór debaty w demokracji (dotyczyły jednej kwestii, odbywały się siedem razy i każda z nich trwała 3 godziny). Kraus, S., *Televised Presidential Debates and Public Policy*. 2d ed. Mahwah, Lawrence Erlbaum, New York 2000, s. 29-32.

29. O. Reboul, *Introduction à la rhétorique*, Paris 1991, s. 21, za: M. Meyer, M. M. Carrilho, B. Timmermans, *Historia retoryki od Greków do dziś*, dz. cyt., s. 26.

30. S. A. Hellweg, M. Pfau, S. R. Brydon, *Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America*, Praeger, New York 1992, s. 21-36.

31. Benoit w swoich badaniach poświęconych analizie funkcjonalnej debaty zajmuje się strategią pochwały, ataku i obrony. W. L. Benoit, W. T. Wells, *Candidates In Conflict: Persuasive Attack and Defense In the 1992 Presidential Debates*, Tuscaloosa 1996.

zadawane politykom, powinny wypływać od wyborców, nie od dziennikarzy. Rolą dziennikarzy jest przekazywać informacje, a nie tworzyć informacje. Ten postulat odnosi się do wcześniejszego, aby kwestie do dyskusji były istotne dla wyborców, a nie dla organizatorów dyskusji. Po piąte, kandydaci powinni zadawać sobie pytania nawzajem. Ma to ułatwić starcie między nimi. Po szóste, w debacie powinna brać udział ograniczona liczba kandydatów. Większa liczba uczestników utrudnia odbiorcom ocenę programów wyborczych, zwłaszcza podczas starcia w dyskusji.³²

5. Wybrane formaty telewizyjnych debat przedwyborczych

Dla porównania zamieszczam poniżej schematy interakcji przyjęte w formatach trzech telewizyjnych debat przedwyborczych: w Stanach Zjednoczonych w r. 2008, w Wielkiej Brytanii w r. 2010 i w Polsce w r. 2010.

5. 1.

Pierwsza i trzecia debata prezydencka w Stanach Zjednoczonych między liderami demokratów i republikanów Barackiem Obamą a Johnem McCainem była prowadzona przez jednego moderatora³³ (*single moderator format*). Debata składała się z 9 segmentów zogniskowanych wokół pytań prowadzącego. Na zakończenie trzeciej debaty politycy ogłosili mowy końcowe.

Schemat interakcji wedle reguł formatu

Moderator zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	Argumentacja kandydata A (2 min.)
	Argumentacja kandydata B (2 min.)
	Dyskusja między kandydatami (5 min.)

Wynegocjowany porządek pozwalał debatującym na przedstawienie argumentacji w dwuminutowej wypowiedzi. Część refutacyjna była realizowana w dyskusji, która miała charakter swobodnych wymian. Moderator zachęcał kandydatów do konfrontacji, formułując kwestie porównawcze (*quaestio comparativa*), np. *Dlaczego twój plan jest lepszy niż jego?* Prowadząc dyskusję zwracał się także do polityków, aby negocjowali między sobą, zwracali się wprost do siebie (nie do kamer),

32. W. L. Benoit, Let's Put „Debate” into „Presidential Debates”, dz. cyt.

33. Pierwsza przez Jima Lehrera, trzecia przez Boba Schaeffera.

formułowali argumenty odpierające.³⁴

5. 2.

We wszystkich debatach brytyjskich brało udział trzech kandydatów: urzędujący premier Gordon Brown, reprezentujący Partię Pracy, David Cameron, lider Konserwatystów i Nick Clegg reprezentujący Liberalnych Demokratów. Poszczególne spotkania odbywały się w różnych miejscach, i produkowane były przez różne telewizje (ITV, Sky News, BBC). Każde spotkanie prowadził inny moderator³⁵, a pytania zadawali wyborcy z okręgów, w których odbywały się debaty (format typu *town hall*). Każdy z segmentów wypowiedzi zogniskowany był wokół pytania zadawanego przez członka publiczności. Przed rozpoczęciem debaty każdy z polityków wygłosił mowę wstępną (1 min.), po zakończeniu 8 segmentów mowę końcową (1,5 min.).

Schemat interakcji wedle reguł formatu

Uczestnik publiczności zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom.	Argumentacja kandydata A (1 min.)
	Argumentacja kandydata B (1 min.)
	Argumentacja kandydata C (1 min.)
	Refutacja kandydata A (1 min.)
	Refutacja kandydata B (1 min.)
	Refutacja kandydata C (1 min.)
	Dyskusja między kandydatami (4 min.)

Reguły formatu w obszarze *dispositio* oparte zostały na porządku naturalnym (*ordo naturalis*), dawały uczestnikom możliwość wypowiedzi konfirmatywnej, refutacyjnej, a także formułowania nowych kwestii szczegółowych w dyskusji. Kandydaci przestrzegali ustalonych reguł. Warto też zaznaczyć, że informacje o warunkach rozgrywania debaty były podane do wiadomości publicznej odpowiednio wcześniej. Wyborcy mogli zapoznać się z dramaturgią telewizyjnego starcia wpisaną w dobrze znany i sprawdzony schemat dowodzenia w debacie oparty na konkursowych realizacjach.

34. <http://www.debates.org/index.php?page=2008-debate-transcript> (dostęp: 11.11.11.)

35. Kolejno: Alastair Stewart, Adam Boulton, David Dimbleby.

5. 3.

Obydwie debaty pomiędzy Jarosławem Kaczyńskim i Bronisławem Komorowskim odbyły się w Telewizji Polskiej z udziałem dziennikarzy reprezentujących trzy stacje telewizyjne (TVP³⁶, TVN³⁷ i Polsat³⁸) zaproszonych do studia telewizyjnego. Debata składała się z trzech „rund” (patrz schemat poniżej). Na zakończenie (po mowach podsumowujących trzeci segment pytań) politycy wygłosili mowy końcowe.

Schemat interakcji wedle reguł formatu

Dziennikarz X zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	Argumentacja kandydata A (2 min.)
	Argumentacja kandydata B (2 min.)
Dziennikarz Y zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	Argumentacja kandydata B (2 min.)
	Argumentacja kandydata A (2 min.)
Dziennikarz Z zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	Argumentacja kandydata A (2 min.)
	Argumentacja kandydata B (2 min.)
Mowa podsumowująca wygłoszona przez kandydata A (2 min.)	
Mowa podsumowująca wygłoszona przez kandydata B (2 min.)	

Dispositio dwóch debat prezydenckich nie zawierało części przeznaczonej na refutację. Wygłaszane na przemian mowy były odpowiedziami na pytania kolejnych dziennikarzy. Format ten nie pozwalał debatującym na realizację podstawowego wymogu debaty, czyli konfrontacji stanowisk. Swobodne wymiany argumentów, które pojawiały się mimo to, były złamaniem przyjętych reguł, które kandydaci uprzednio uzgodnili.

Oceniający pierwszą debatę publicyści, a także odbiorcy w badaniach sondażowych wskazywali na wygraną Bronisława Komorowskiego, który był bardziej aktywny, częściej odstępował od reguł.³⁹ W drugiej debacie obydwaj kandydaci naruszali ustalone przez siebie zasady, co procentowało wyrównaną ich oceną w sondażach.⁴⁰ Pytania dziennikarzy, mimo ustaleń i deklaracji, nie zawsze były jednakowe. Oprócz głównych kwestii pojawiały się dodatkowe, które różnicowały strony sporu. Napięcie konfrontacyjne przeniosło się z relacji kandydat – kandydat

36. Joanna Lichocka

37. Monika Olejnik, Katarzyna Kolenda-Zaleska

38. Magda Sakowska, Jarosław Gugała

39. http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8070748,Internauci_sa_zgodni__debate_wygral_Komorowski. (dostęp: 11.11.11).

40. http://wyborcza.pl/Polityka/1,103835,8084890,Debata_ostrych_starc__A_zgoda_jest_najwazniejsza.html (dostęp: 11.11.11).

na relacje dziennikarz – kandydat. W efekcie pozycja dziennikarzy nabrała znaczenia trzeciej strony sporu.

Porównanie trzech porządków interakcji w obszarze trzech typów formatów (*single moderator*, *town hall meeting*, *press conference*) pokazuje różnice w rozplanowaniu materii argumentacyjnej. Każdy z tych formatów inaczej realizował ideę starcia (*clash*) i rozszerzenia (*extension*) argumentacji. W debacie amerykańskiej to moderator czuwał, aby dyskutowana kwestia była rozpracowana argumentacyjnie w ciągu dziewięciu minut. Na nim spoczywał obowiązek zarządzania dyskursem tak, aby zrealizowane były postulaty gatunkowe. Obydwaj doświadczeni moderatorzy wywiązali się odpowiednio z tego zadania. Po wstępnej argumentacji dochodziło do wymiany i odpierania wzajemnych argumentów. W debacie brytyjskiej zastosowano porządek naturalny: *confirmatio* – *refutatio*. Rola moderatora ograniczała się do kontrolowania przebiegu interakcji poszczególnych dziesięciminutowych segmentów przeznaczonych na jedną kwestię. To ustalony porządek i zgoda wszystkich stron na jego przestrzeganie dawały gwarancję realizacji wymogów debaty. W polskim formacie debatujący mieli jedynie cztery minuty na jedną kwestię bez prawa dyskusji. Zabrakło elementu refutacji w wynegocjowanym porządku interakcji. Kandydaci ustalili, że będą jedynie odpowiadać na pytania dziennikarzy. Starcia miały głównie charakter uwag *ad hominem*, bo na merytoryczną dyskusję nie przewidziano miejsca w formacie.⁴¹

6. Podsumowanie

W obydwu realizacjach gatunkowych debaty interesował mnie format, a ściślej przyjęte w nim uporządkowanie argumentacji (*dispositio*). W debatach konkursowych uczestnicy afirmują ustalony porządek interakcji jako gwarancję uczciwej rywalizacji, która pozwoli osiągnąć założenia ideowe debaty. W przedwyborczych starciach telewizyjnych politycy (ich sztaby) negocjują warunki formatu, w tym porządek interakcji, dostosowując go do swoich umiejętności perswazyjnych, do rodzaju dowodzenia, którym mają zamiar się posługiwać. W rezultacie tych uzgodnień pojawiają się porządki (debata Komorowski – Kaczyński), w których brak realizacji podstawowych zobowiązań ideowych i gatunkowych (wg koncepcji Auera, Branham, Benoit) debaty.

Retoryka jako negocjacja dystansu między jednostkami w danej kwestii, ale

41. A. Budzyńska-Daca, Format from the rhetorical perspective – principles of the polish pre-electoral TV debates in 1995-2010, w: *Rhetoric and Politics*, red. M. Załęska, CSP, (w druku).

także jako rozbudowany system (*inventio, dispositio, elocutio*) pozwalający konstruować dyskurs perswazyjny, umożliwiają skuteczność negocjacji w różnych przestrzeniach kulturowych. Bez względu na sytuację retoryczną (rzeczywistej czy szkoleniowej rywalizacji) dostarcza narzędzi do argumentacyjnie sprawnego uczestnictwa w problemie. Osobną sprawą pozostaje pytanie: czy uczestniczące w sporze podmioty retoryczne chcą go rozwiązywać rzeczywiście czy tylko pozornie?

Bibliografia

- Arystoteles** (1990) *O dowodach sofistycznych*, przeł. K. Leśniak. W: *Arystoteles, Dzieła wszystkie*, t. 1. Warszawa, PWN.
- Arystoteles** (1990) *Topiki*, przeł. K. Leśniak. W: *Arystoteles, Dzieła wszystkie*, t. 1. Warszawa, PWN.
- Auer J.** (1962) "The Counterfeit Debates". W: *The Great Debates: Background, Perspective, Effects*, pod red. S. Krausa. Indiana University Press, Bloomington.
- Benoit W. L.** (1999) "Let's Put „Debate” into „Presidential Debates”. Paper presented at the Annual Meeting of the National Communication Association (85th, Chicago IL, November 4-7).
- Benoit W. L., Wells W. T.** (1996) *Candidates In Conflict: Persuasive Attack and Defense In the 1992 Presidential Debates*, Tuscaloosa.
- Bitzer, L. F.** (1968) "The Rhetorical Situation". *Philosophy and Rhetoric* 1, 1-14. Rpt. J. L. Lucaites, C. M. Condit, S. Caudill red. (1999) *Contemporary Rhetorical Theory. A Reader*. New York: The Guilford Press.
- Branham R. J.** (1991) *Debate and Critical Analysis: The Harmony of Conflict*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.
- Budzyńska-Daca A.**, "Format from the rhetorical perspective – principles of the polish pre-electoral TV debates in 1995-2010". W: *Rhetoric and Politics*, pod red. M. Załęskiej. CSP, (w druku).
- Budzyńska-Daca A., Kwosek J.** (2009) *Erystyka czyli o sztuce prowadzenia sporów. Komentarze do Schopenhauera*. Warszawa, PWN.
- Butler J.** (2002) *Television: Critical Methods and Applications*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Faas, J. Maier J.** (2011) "Miniature Campaigns' in Comparison: The German Televised Debates, 2002–09". *German Politics*, Vol.20, No.1, March, s. 75-91.
- Frans H. Van Eemeren i in.** (1996) *Fundamentals of Argumentation Theory: A Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Friedenberg, R. V.** (1997) "Patterns and Trends in National Political Debates: 1960- 1996". W: *Rhetorical Studies of National Political Debates - - 1996*, pod red. R. V. Friedenberga. Westport, CT: Praeger. 61-91.

- Jamieson K.** (1973) "Generic constraints and the rhetorical situation". *Philosophy and Rhetoric*, 6 (3): 162-170.
- Kraus, S.** (2000) *Televised Presidential Debates and Public Policy*. 2d ed. Mahwah, New York: Lawrence Erlbaum.
- Lausberg H.** (2002) *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*, przeł. A. Gorzkowski. Bydgoszcz, Wydawnictwo Homini.
- Lichański J. Z.** (2007) *Retoryka. Historia – teoria – praktyka*. T. 1-2, DiG, Warszawa.
- Meyer M. Carrilho M. M, Timmermans B.** (2010) *Historia retoryki od Greków do dziś*, Aletheia, Warszawa.
- Miczka T.** (1998) „*Gatunek*”. W: *Słownik pojęć filmowych*, pod red. A. Helman, t. 10, Kraków.
- Scott D. K.**, *Debating Historical Propositions: Toward a Unique Genre of NEDA Debate*, <http://www.eric.ed.gov/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED383004>
- Szeja J.** (2003) „*Debata szkolna – współczesna retoryka stosowana – jako metoda kształcenia*”. W: *Nauczanie retoryki w teorii i praktyce*, pod red. J.Z. Lichańskiego, E. Lewandowskiej-Tarasiuk. Warszawa, Wyd. APS.
- Szeja J.** (2003) „*Debaty szkolne jako element kształcenia retorycznego*”. W: *Uwieść słowem czyli retoryka stosowana*, pod red. J. Z. Lichańskiego. Warszawa, DiG.
- Wojtak M.** (2004) *Gatunki prasowe*. Lublin, Wydawnictwo UMCS.
- Wojtak M.** (2008) *Analiza gatunków prasowych*. Lublin, Wydawnictwo UMCS.
- Wolf S.** (2010) „*A System of Argumentation Forms in Aristotle*”, *Argumentation*, 24, s. 19–40.

RECENZJA

*Barbara Bogołębska***MIROSŁAW KOROLKO**
„PODRĘCZNIK RETORYKI KAZNODZIEJSKIEJ”

Oprac. Ks. G. Jaśkiewicz. WAM. Kraków 2010.

Od średniowiecza zastanawiano się nad możliwością pogodzenia treści chrześcijańskich z techniką retoryczną¹. Zwykle „wymowie ogólnej” towarzyszyły zasady „wymowy kościelnej”. Podręczniki homiletyki uczyły i nadal uczą techniki przepowiadania słowa Bożego i komunikatywności kaznodziejskiej², wyrastając z przekonania o bosko-ludzkim charakterze kazań i z troski przed nadmierną teologizacją języka kazań.

Recenzowany podręcznik ma szczególny charakter. W cztery lata po śmierci Autora opracował go i przygotował do druku ks. Grzegorz Jaśkiewicz. M. Korolko, znany badacz retoryki, nie zdążył dokończyć i opublikować książki przeznaczonej dla duchownych, ale też wszystkich przemawiających i posługujących się językiem.

We wstępie do podręcznika Korolko podkreśla, że homiletyka ucząca umiejętności głoszenia kazań, jest przedmiotem wyłącznie teologicznym, zaś retoryka uważana jest za wiedzę nieteologiczną. Retoryka homiletyczna ma ukazać przydatność tej dziedziny dla „teologii słowa Bożego”, przede wszystkim jednak służyć jako pomoc dydaktyczna. Zdaniem Korolki, retoryce klasycznej, pojmowanej jako nauka pomocnicza homiletyki, powinny towarzyszyć lektoraty języka greckiego i łacińskiego oraz nauczanie logiki. Ale nie tylko. W programie studiów seminaryjnych, co postuluje, obok wiedzy językowej (np. różnicy mowy i pisma) przyszłych kaznodziejów należy zapoznawać z wiedzą z zakresu kultury śródziemnomorskiej i literaturoznawczą. Autor podkreślał elementy składające się na studiowanie

1. Por.: B. Bogołębska, Z rozważań nad językiem i stylem kaznodziejskim w XIX- i XX-wiecznych retorykach (w:) M. Kamińska, E. Umińska-Tytoń (red.), Funkcja słowa w ewangelizacji. Łódź 1998, s.281-289.

2. Np. G. Siwek, Przepowiadać skutecznie. Elementy retoryki kaznodziejskiej, Kraków 1992; P. Urbański (red.), Retoryka na ambonie, Kraków 2003; D. Zdunkiewicz-Jedynak, Komunikatywność kaznodziejska, „Poradnik Językowy” 2010, nr 10, s.35-45.

retoryki: poznawanie teorii – nauka wzorów oratorskich (mów) i literackich – ćwiczenie umiejętności retorycznych (np. w komponowaniu przemówień).

Retoryka homiletyczna mocno osadzona jest w systemie podstawowych pojęć i działów retoryki z uwzględnieniem retoryki biblijnej i chrześcijańskiej. Ponadto podręcznik objął swym zakresem – w równie syntetyczny sposób – problemy dialektyki oraz erystyki.

Autor nawiązał do ewangelicznych przykładów retoryki rabinistycznej (rabinackiej), zauważając, że „przy dobrej znajomości teorii retoryki antycznej można ułożyć z tekstów nowotestamentowych twórczy podręcznik retoryki praktycznej”³.

Pisząc o mowie jako części składowej oratorstwa (należącego i do sztuki pisarskiej, i do wykonawczo-dramatycznej), jednocześnie określał nadawcę (podmiot retoryczny) oraz audytorium (słuchacz-czytelnik). Omówił tworzące jedność cele perswazji (pouczenie- poruszenie- zachwycenie) a także odmiany perswazji: propagandę i agitację. W rozważaniach Korolki nie mogło też zabraknąć jednego z najważniejszych terminów retoryczno-dialektycznych, czyli toposu i jego odmian. Pisząc o stosowności jako jednej z zalet wysłownienia, podkreślił jej związek z teorią trzech stylów i z zasadą *mimesis*, odnoszącą się jednocześnie do *res* i *verba*. Opisał ćwiczenia przygotowawcze, stanowiące wstęp do retoryki właściwej, podzielone według rodzajów retorycznych.

Podobnie jak we wcześniejszych publikacjach (*Przekonuj i daj się przekonać*⁴, *Retoryka i erystyka dla prawników*⁵), zamieścił w książce *Alfabetyczny słownik terminów retorycznych i erystycznych* – była to poszerzona wersja wcześniejszych definicji etymologicznych słów greckich i łacińskich.

Równie cenny jest *Aneks źródłowy*, obejmujący teksty teoretyków i praktyków grecko-rzymskiego antyku (wcześniej starożytne źródła zamieścił w książce *Sztuka retoryki*⁶ oraz antologię tekstów oratorskich także w *Retoryce i erystyce dla prawników*, jak również w książce *Przekonuj i daj się przekonać*). Aneks otwierają sentencje tzw. siedmiu mędrców greckich oraz wybór współczesnych opracowań (G. Reale, J. Gajda). Ważne dla retoryki kaznodziejskiej są teksty mów św. św. Piotra i Pawła oraz fragment *Retoryki chrześcijańskiej* św. Augustyna. W podręczniku zamieszczono także cały tekst A. Schopenhauera – *Erystyka czyli sztuka prowadzenia sporów* z 38 sposobami (wybiegami, chwytami), dopełniając ją fragmentami Współczesnego

3. M.Korolko, Podręcznik..., s.15.

4. Piotrów Trybunalski 2003.

5. Warszawa 2001.

6. Warszawa 1990.

sofisty M. M. Czarnawskiej. Całość zamykają *Najważniejsze aksjomaty retoryczne* oraz *Sentencje o retoryce i erystyce* (wcześniej Korolko opublikował je w książce *Przekonuj i daj się przekonać*).

Choć podstawą i punktem odniesienia recenzowanej książki są wcześniejsze prace Korolki, zawiera ona też liczne nowości, przede wszystkim jednak jest próbą „ocalenia od zapomnienia” przemyśleń związanych z *Kerygmatem słowa żywego*⁷ i ważnym w dobie kryzysu kaznodziejstwa głosem na temat funkcji słowa w ewangelizacji.

7. Zamierzony przez Autora tytuł książki.

Autorzy numeru:

Budzyńska-Daca Agnieszka

Zakład Retoryki i Mediów

Instytut Polonistyki Stosowanej na Wydziale Polonistyki UW

Czerenkiewicz Michał

Zakład Dydaktyki i Metodyki Języka Łacińskiego

Instytut Filologii Klasycznej UW

Gaj Beata

Katedra Cywilizacji Śródziemnomorskiej

Instytut Historii Uniwersytetu Opolskiego

Pawlak-Hejno Elżbieta

Zakład Komunikacji Społecznej

Wydział Politologii UMCS

Starnawski Bartłomiej

Instytut Badań Literackich PAN

Styszyński Marcin

Zakład Arabistyki i Islamistyki Katedry Studiów Azjatyckich UAM

Tarasewicz-Gryt Oliwia

Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

WZS „Edukacja” we Wrocławiu