

Retoryka codzienności. Zwyczaje językowe współczesnych Polaków, red. M. Marcjanik, Warszawa: Wydawnictwo Trio 2006, ss. 388

Potocznie rozumiana (tj. utrwalona w świadomości przeciętnego użytkownika polszczyzny) współczesna „retoryka codzienności” kojarzy się najczęściej z negatywnymi zachowaniami językowymi (rzadziej pozajęzykowymi), obserwowanymi zwłaszcza w środowisku medialnym i politycznym¹. „[...] Niemal co dzień – pisze J. Ziomek – spotykamy w prasie i w radiu zdania, w których banał i beztreściowość oraz mniej lub bardziej ozdobne gadulstwo określa się mianem «to tylko retoryka»”². W recenzowanym tomie zaś retoryka codzienności oznacza to, „jak ludzie realizują rozmaite cele komunikacyjne w zróżnicowanych ze względu na środek przekazu sytuacjach [...]”, a celem nadrzędnym zebranych publikacji jest „próba odpowiedzi na pytanie, jakimi sposobami polscy uczestnicy współczesnej wspólnoty komunikacyjnej starają się zapewnić jej skuteczność” (s. 9). I istotnie – przegląd zgromadzonych tekstów dowodzi obecności retorycznych sposobów komunikowania w wielu rozmaitych obszarach naszego codziennego funkcjonowania. Zarówno tytuł tomu, jak i jego zawartość wpisują się tym samym w szereg publikacji, w których odchodzi się od tradycyjnego rozumienia pojęcia retoryki wyłącznie jako sztuki wymowy (skutecznej dzięki harmonijnemu funkcjonowaniu w wypowiedzi trzech wymiarów: poznawczego, etycznego i estetycznego), podążając w stronę traktowania jej jako dziedziny wiedzy zajmującej się wielopłaszczyznowym ujęciem sposobów komunikowania. W takim ujęciu przedmiotem zainteresowania retoryki są zarówno zachowania werbalne, jak i pozawerbalne, które przebiegają na różnych poziomach komunikacji: interpersonalnym, grupowym, instytucjonalnym, masowym. Stąd rozpowszechniające się współcześnie w naukach humanistycznych przekonanie, iż termin *retoryka* może być użyty jako synonim terminu *styl komunikacyjny* – takie określenie ma charakter czysto opisowy, a nie wartościujący³.

Cenna poznawczo interdyscyplinarność w prezentacji problematyki komunikacji, będąca fundamentalnym założeniem konstrukcji *Retoryki codzienności*

¹ Szczególnie w przypadku języka polityki jego retoryczność utożsamiana jest z działaniem nieetycznym, czyli manipulacją. Funkcje społeczne politycznej retoryki są ograniczone nierzadko do dość prymitywnej intelektualnie i językowo agitacji. Zob. I. S z c z e p a n k o w s k a, *Retoryka – konotacje pojęcia we współczesnej publicystyce i naukach humanistycznych*, „Białostockie Archiwum Językowe” 2(2002), s. 160.

² *Retoryka opisowa*, Wrocław 2000, s. 7.

³ S z c z e p a n k o w s k a, *Retoryka...*, s. 174.

ści, pozostaje jednak w sprzeczności z informacją w podtytule tomu, który sugeruje, iż przedmiotem obserwacji jest szczególnie językowa strona analizowanych zdarzeń komunikacyjnych, zachęcając tym samym do lektury zwłaszcza te osoby, które są zainteresowane lingwistycznym aspektem współczesnej komunikacji. Tymczasem w zbiorze zamieszczono teksty niemające z problematyką językoznawczą nic wspólnego, jak chociażby rozpoczynający tom artykuł Marka Kochana *Retoryka sklepów odzieżowych*. Sprzeczność występuje także w stosunku do innego z określeń tytułowych: do przymiotnika *współczesnych*. W tym wypadku jednak niespójność ma mniejszą skalę, ponieważ odnosi się tylko do jednego tekstu: chodzi o artykuł Janusza Osicy *Między miłością i nienawiścią. O Piłsudskim oficjalnie i prywatnie – od II do III RP*, w którym o czasach współczesnych jedynie się wzmiankuje. Nie są to zarzuty skierowane do Autorów takich opracowań, ale do Redaktora tomu, który powinien raczej zrezygnować z mylącego odbiorców podtytułu lub nie włączać do publikacji tekstów wykraczających poza ustalone kryteria.

Jeśli już mowa o bardziej znaczących usterkach redakcyjnych, to trzeba jeszcze zwrócić uwagę na chaos w danych osobowych jednej z Auterek – otóż w spisie treści i na s. 68 przy tytule artykułu *Znaki dla malucha* widnieje nazwisko Joanna Jessa (podkr. moje – M. S.-W.), podczas gdy we wstępie, w krótkim komentarzu do tegoż artykułu, jako jego autorkę podaje się Joannę Łagodę. Prawdopodobnie chodzi o osobę o podwójnym nazwisku, czego odbiorca raczej z łatwością się domyśli. Nie można jednak dopuszczać się takich zaniedbań, bo przy pierwszym kontakcie z tekstem skutkują one dezorientacją czytelnika, która negatywnie rzutuje na ocenę redakcyjnego przygotowania publikacji.

Dwadzieścia trzy artykuły, składające się na omawiany tom, zostały uporządkowane tematycznie (choć bez zewnętrznej delimitacji – a szkoda, bo to ułatwiłoby ogólne rozeznanie co do zawartości książki) następująco: pierwsze trzy dotyczą problematyki sklepu, kolejnych pięć wiąże się z tematyką rodzinną i domową, w następnych sześciu tekstach porusza się kwestię kształtowania relacji między ludźmi poprzez mówienie, pozostałe zaś mieszczą się w kręgu zagadnień językowej komunikacji publicznej i środowiskowej.

W zakresie metod badawczych dominują prace oparte na analizie wybranego opublikowanego lub samodzielnie zebranego materiału, ale są też teksty opracowane na podstawie eksploracji terenowej czy badaniu ankietowym. Jeśli by natomiast jako kryterium uporządkowania przyjąć nadrzędny profil opisu zagadnienia, teksty *Retoryki codzienności* – niezależnie od reprezentowanej dyscypliny i aplikowanej metodologii – można by podzielić na 5 grup.

Jako pierwszą omówię grupę artykułów, których autorzy koncentrują się na charakterystyce sposobu mówienia o określonych zjawiskach, doświadczeniach, faktach czy wydarzeniach.

Elżbieta Sękowska, odwołując się do utrwalonego w dawnej polszczyźnie wizerunku domu-dworu, zwraca uwagę na przemiany stylu opisu przestrzeni domowej we współczesnym języku: zmieniły się sposoby nazywania cech przedmiotów, barw, stylu mieszkań, frekwencja występowania poszczególnych określeń, pojawiły się nazwy nowych realiów – co jest wyrazem nie tylko inwencji architektów i projektantów wnętrz, ale i swoistym znamieniem przemian kulturowych.

Z kolei Małgorzata Dacko, wykorzystując materiał językowy zgromadzony w ciągu tygodnia od śmierci Jana Pawła II, przedstawia (opierając się na wypracowanych dotąd w literaturze przedmiotu klasyfikacjach opisu stanów emocjonalnych), jak Polacy werbalizowali swoje emocje i uczucia związane ze śmiercią papieża rodaka. Autorka dokumentuje nie tylko niezwykłą wylewność emocjonalną Polaków, ale także bogaty inwentarz językowych środków jej eksponowania.

Janusz Osica analizuje sposób charakterystyki postaci Józefa Piłsudskiego w różnych etapach historii Polski (w różnych systemach ideowo-politycznych II i III Rzeczypospolitej) jako jednego z tych, „o których pisano, mówiono i myślano, wykorzystując pełną skalę emocji pozytywnych i negatywnych” (s. 260).

Werbalizacji kategorii męskości i dominacji męskiej perspektywy w języku poświęcił swoje opracowanie Jacek Wasilewski. Dominacja ta jest opisana przez pryzmat słownictwa związanego z seksualnością człowieka. Analizowana leksyka wyraźnie dekoduje podległość kobiety, ale nie służy już wyłącznie do deprecjonowania pierwiastka żeńskiego: jest przenoszona jako wykładnik agresji słownej również poza sferę erotyki (np. do wulgarnego określenia braku inteligencji). Stąd proponowana przez teoretyków *gender studies* klasyfikacja ludzi nie według biologicznej płci, ale podział na tych, którzy są „męskopozytywni”, i tych, którzy są „męskoujemni”.

W kolejnym artykule wspomniany wyżej Autor oraz współautorka Katarzyna Wasilewska przedstawili kreowaną w dzisiejszej skomercjalizowanej rzeczywistości koncepcję człowieka jako chemicznej maszynerii. Stosując retoryczną strategię interpretacji farmaceutycznych tekstów reklamowych, pokazują, jak w „erze pigułki” kreśli się medialnie wizję owładniętego nią człowieka. W owej kreacji kluczowe znaczenie ma pojęciowo-kategorialna triada, którą tworzą: *nowość*, *skuteczność* i *szybkość*.

Następny zbiór stanowią teksty ukierunkowane przede wszystkim na opis werbalnych i pozawerbalnych środków (metod) eksponowania intencji określonych działań i zachowań.

Anna Dąbrowska zajmuje się przedstawieniem środków leksykalnych służących mowie „nie-wprost” (eufemizacji), która prymarnie była przejawem działania tabu językowego, obejmującego różne sfery ludzkiego życia. Okazuje się, że współcześnie motywacja stosowania eufemizmów znacznie się rozszerza, często związana jest z chęcią dowartościowania siebie lub innych.

Jagoda Bloch bada zachowania grzecznościowe ekspedientek w rozmowach z klientkami, koncentrując się na aspekcie prozodycznym (intonacji, barwie dźwięku itp.) ich wypowiedzi w różnych etapach kontaktu z klientkami (przy powitaniu, w deklaracji pomocy itd.). Przeprowadzone analizy skłaniają Autorkę do wniosku, iż nadrzędny cel zachowań ekspedientek (jak najlepsze wyniki sprzedaży) nie unifikuje aktów grzecznościowych pod względem fonetycznym: ich forma brzmieniowa w większym stopniu zależy od cech osobowościowych sprzedających niż od zwyczaju językowego.

Kamila Termińska omawia mechanizmy agresywnych zachowań w sytuacji, w której jednym z uczestników jest podmiot zbiorowy – „grupa ludzka zjednoczona *ad hoc* w celu wyładowania agresji na, zazwyczaj jednostkowym, współuczestniku – obcym” (s. 167). Autorka zwraca też uwagę na fakt, iż takie sytuacje są w naszym życiu dosyć częste i pojawiają się w społeczności już na etapie edukacji przedszkolnej.

Zachowaniami, które sytuują się na przeciwległym biegunie międzyludzkich relacji, zajęła się Joanna Olekszyk, kreśląc szkic poświęcony naturze flirtu. W szkicu tym, poza omówieniem wykładników różnego typu flirtowania, opartym na odniesieniu do prezentowanych przykładowych scenek, znajdziemy również krótkie refleksje związane z definiowaniem flirtu i wyznaczeniem jego charakterystycznych cech.

Odrębny zespół tekstów tworzą artykuły, w których czytelnik zapoznawany jest z różnymi typami i funkcjami określonych zdarzeń (sytuacji) komunikacyjnych – z zagadnieniem tym łączy się również kwestia jakości międzyludzkiej komunikacji oraz zmieniających się w niej tendencjach.

Alicja Gałczyńska pisze o specyficznych strategiach językowych w kontaktach z małymi dziećmi; pokazuje, w jaki sposób werbalne zachowania dorosłych wprowadzają niemowlęta i dzieci w otaczający je świat i oswajają z nim. Badaczka podkreśla tę ogromną rolę codziennej komunikacji językowej pomiędzy dorosłymi a dziećmi – „w późniejszych etapach rozwoju człowieka nigdy nikt już «nie czyta» mu tak życia [...]” (s. 96).

Jerzy Bartkowski postawił pytanie o to, z kim i o czym rozmawiają młodzi Polacy, i opierając się na danych ankietowych, analizuje wpływ (braku) rozmów w rodzinie na wybory i postawy polskich nastolatków. Wśród wielu zalet dobrej komunikacji rodziców z nastolatkami Autor wymienia m.in. ochronę młodzieży przed zagrożeniami typowymi dla ich środowiska, budowanie poczucia własnej wartości, rozbudzanie ambicji i poszerzanie horyzontów poznawczych, większą mobilizację do nauki.

Komunikacją rodzinną w szerszej perspektywie zajęła się Kwiryna Handke, przyjmując, że język rodzinny to potoczna, głównie mówiona odmiana języka narodowego (czy etnicznego), która funkcjonuje przede wszystkim w środowisku domowym, ale też w relacjach przyjacielskich i sąsiedzkich. Badaczka omawia w wyborze typowe dla komunikacji rodzinnej kręgi słownictwa: związane z kulinariami, ubiorem i przyborami, świętowaniem, relacjami między dorosłymi a dziećmi itp. Swoje rozważania Handke podsumowuje stwierdzeniem, iż „funkcjonalność języka rodzinnego nie jest wyłącznie lingwistyczna, lecz społeczna, bo dzięki niej poznajemy i odczuwamy otaczającą nas rzeczywistość” (s. 120).

O specyfice komunikacji językowej w subkulturze kibiców piłkarskich pisze Ewa Kołodziejek. Autorka przedstawia czynniki rytualizujące zachowania członków owej subkultury, zajmuje się jednak przede wszystkim językowymi wyznacznikami organizującymi jej funkcjonowanie – zwraca uwagę na hierarchizujące grupę nazewnictwo jej członków, pisze o funkcji przyspiewek i okrzyków płynących z trybun piłkarskich, tekstów-haseł umieszczanych na eksponowanych transparentach itp. Wszystkie te sygnały komunikują w różny sposób fascynację siłą i przemocą – może to, jak sugeruje Kołodziejek, nie tylko wyraz agresji, ale i jakiś szczególny apel do potępiającego „szalikowców” społeczeństwa?

Mirosław Pęczak opisuje stosunkowo nowy typ zachowań w sferze rozrywki – *clubbing*. Na tle społeczno-kulturowych wyznaczników subkultury klubowej badacz analizuje strategie komunikacyjne środowiska klubowego. Obserwacja zachowań osób „zjednoczonych” *clubbingiem* pozwala na stwierdzenie, że zasadniczą rolę w tej przestrzeni komunikacyjnej odgrywa funkcja fatyczna, która w codziennym życiu ma o wiele mniejsze znaczenie dla interpersonalnych czy grupowych relacji. Dominację tej właśnie funkcji podczas spotkań klubowych Autor tłumaczy następującymi czynnikami: pragnieniem zwrócenia na siebie uwagi, potrzebą integracji grupy oraz chęcią utrzymania dobrego kontaktu z poznanymi w klubie ludźmi.

Ze specyfiką oficjalnej retoryki politycznej zaznajamia nas Robert Mazurek, uznając za najbardziej wyraziste następujące cechy języka polityków: niezrozumiałość („bełkot merytoryczno-stylistyczny”), szafowanie bon motami, słowami-kluczami („wytrychami”), hiperbolizację wypowiedzi (nadużywanie wielkich słów, mocnych oskarżeń i patetycznych porównań) czy narzucanie własnego dyskursu.

Natomiast w szkicu Bartłomieja Chacińskiego *Zalani przez skrótownce*, opartym na bogatej egzemplifikacji materiałowej, czytamy o współczesnej tendencji do skrótowej komunikacji. Już tytuł opracowania sugeruje, że opisywane zjawisko Autor ocenia negatywnie, a jego obecność w polszczyźnie tłumaczy wpływem amerykańskiej mody językowej na skrótownce, szczególnie intensywnie tworzone w komunikacji slangowej (hiphopowej), ale też uwarunkowane komunikacją internetową. Swoje spostrzeżenia Chaciński wieńczy żartobliwym postulatem utworzenia AAAAA, czyli *American Association Against Acronym Abuse* (Amerykańskie Stowarzyszenie Przeciwko Nadużycaniu Skrótów).

Kolejne trzy artykuły, który można uznać za osobny blok, to teksty sytuujące się w kręgu „retoryki przestrzeni”.

Marek Kochan przedstawił – z perspektywy socjologiczno-marketingowej – rekonesans badań nad retoryką sklepów odzieżowych. Wychodząc z założenia, że sklep jest tekstem perswazyjnym, Autor analizuje takie czynniki, jak aranżacja przestrzeni (witryna, oświetlenie, kolorystyka), muzyka, zapach, wystrój, personel itp., „mogących mieć wpływ na podejmowanie przez konsumenta decyzji o przebywaniu w danym sklepie i dokonanie w nim zakupu” (s. 17), w trzech wybranych sieciowych placówkach handlowych.

Z kolei Joanna Jessa zainteresowała się funkcją znaków (np. układem towaru, doborem kolorystyki) oraz zachowań językowych dorosłych w przestrzeni sklepu z zabawkami. Jak się okazuje, czynniki te odgrywają istotną rolę w procesie nabywania przez dzieci odpowiednich kompetencji kulturowych, zwłaszcza tych, związanych z uwarunkowaniami płciowymi (męskie i żeńskie role społeczno-kulturowe).

Nieco inne ujęcie – ze względu na zastosowanie metodologii kognitywnej – widzimy w opracowaniu Iwony Artowicz-Skowrońskiej *Rozumienie pojęcia DOM w zgromadzeniach zakonnych*. Autorka, opierając się na wypowiedziach ankietowych sióstr urszulanek i księży salezjanów, również wybrała do obserwacji pewną przestrzeń, przy czym analizuje jej elementy nie pod kątem spełnianych funkcji społecznych, ale z perspektywy subiektywnych doświadczeń i obserwacji osób żyjących w zakonach. Z przeprowadzonych

analiz wynika jednak, że w rozumieniu pojęcia DOM członkowie zgromadzeń mają zakodowany kulturowo sposób postrzegania tej sfery rzeczywistości i u większości ankietowanych nie odbiega on od obiektywnej interpretacji świata.

I wreszcie jako ostatnie zaprezentuję cztery opracowania, w których o retoryce codzienności mówi się z perspektywy aktów i gatunków mowy.

Dowcipem jako narzędziem komunikacyjnym zajęła się Olga Syska. Autorka analizuje znaczenie kawałów o kobietach i mężczyznach, popularnych w Polsce w ciągu dwóch ostatnich dekad. Porównuje dowcipy z lat osiemdziesiątych z tymi, które dominowały w latach dziewięćdziesiątych i po roku 2000, pokazując, jakim zmianom ulegały w tych przedziałach czasowych wizerunki zarówno kobiety, jak i mężczyzny. Badaczka zwraca też uwagę na funkcje dowcipów w relacjach interpersonalnych oraz w relacjach jednostki ze społeczeństwem.

Małgorzata Marcjanik, opierając się na założeniu, że tradycyjna polska grzeczność językowa jest hierarchiczna, porusza problem nonszalancji grzecznościowej, którą obserwuje z niepokojem w zachowaniach młodego pokolenia. Za nonszalancję Autorka uważa takie akty grzecznościowe, które jeszcze nie łamią zasad etykiety, ale są niezręczne, niewystarczająco stosowne w danej sytuacji. Przejawem językowej nonszalancji w rozmowach oficjalnych jest np. zdrabnianie imion (*pani Basiu*) czy skracanie form adresatywnych (*profesorze* zamiast *panie profesorze*), w korespondencji mailowej – nieadekwatna do rangi osoby czy tematu formuła inicjalna *i/* lub końcowa oraz swoboda w używaniu wielkich liter, w rozmowach telefonicznych – nieprzedstawianie się czy niewłaściwy sposób przywołania osoby, do której się dzwoni.

List do redakcji jako formę poszukiwania rozmówcy opisuje Katarzyna Czarnicka. Badaczka zastanawia się nad motywami kierowania przez młodzież prywatnych listów do czasopisma katolickiego „Miłujcie się!”, analizuje obligatoryjne i fakultatywne składniki owych listów, stwierdzając ostatecznie, iż o specyficznym kształcie omawianej korespondencji decydują nie tylko niezupełnie jasne relacje nadawczo-odbiorcze, ale i kontekst religijny.

Natomiast Tomasz Łysakowski rozważa akt przeproszania głównie z perspektywy psychologicznej. Stwierdza, że uwarunkowania emocjonalne sprawiają, iż nasze „przepraszam” najczęściej wyraża żal, którego rzeczywistą motywacją są nie wyrzuty sumienia, ale „uogólniony strach przed tym, że nas złapią” (s. 240). Analizując strategie okazywania skruchy, Autor prezentuje ciekawą interpretację tego aktu mowy dzięki połączeniu ujęcia psychologicznego z lingwistycznym.

Zgromadzenie we wspólnym tomie tekstów autorów będących specjalistami w zakresie różnych dziedzin: językoznawstwa, filologii, socjologii, psychologii, kulturoznawstwa, historii, logopedii czy wreszcie dziennikarstwa daje odbiorcom nie tylko szeroki ogląd możliwych metodologii opisu zdarzeń (sytuacji) komunikacyjnych, ale także – a może przede wszystkim – bardzo rozległą perspektywę zagadnień badawczych, które wiążą się z funkcjonowaniem człowieka w różnych wymiarach i przestrzeniach komunikacyjnych. Dlatego recenzowany tom polecić można nie tylko profesjonalistom, ale i wszystkim tym, dla których problemy/aspekty międzyludzkiej komunikacji są po prostu interesującym zagadnieniem (nie tylko z powodu pasji zawodowych, ale również z racji osadzenia w doświadczanej na co dzień rzeczywistości). Takim właśnie odbiorcom sprzyjają też różne konwencje prezentacji tematu – oprócz tekstów pisanych ścisłym językiem naukowym w tomie znajdują się również artykuły bliskie stylowi felietonistycznemu, kreślone żywym, barwnym, czasem żartobliwym językiem. Zaskakiwanie czytelnika zarówno zmiennością tematyczną, jak i gatunkowo-stylistyczną jest w wypadku *Retoryki codzienności* niekwestionowanym walorem – taki kalejdoskop otwiera umysł czytelnika na nowe przestrzenie i horyzonty poznawcze. I co może najważniejsze – zdecydowanie zachęca do ich dalszego poznawania.

Magdalena Smoleń-Wawrzusiszyn
Katedra Języka Polskiego KUL