

# Dominika Topa-Bryniarska

---

## Wartościujące środki semantyczno-retoryczne w kontekście komunikacji medialnej na przykładzie francuskiego edytorialu

---

Tekst i Dyskurs = Text und Diskurs 6, 279-294

---

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Dominika Topa-Bryniarska (Katowice)

## **Wartościujące środki semantyczno-retoryczne w kontekście komunikacji medialnej na przykładzie francuskiego edytorialu**

Celem artykułu jest próba opisu struktur aksjologicznych we francuskim artykule wstępnym (edytorialu) o tematyce społeczno-politycznej pod kątem występujących w nim mechanizmów dyskursywnych związanych z perswazyjną funkcją języka. Mechanizmy te realizowane są przez wartościujące środki semantyczno-retoryczne, wśród których Autorka wyróżniła wyrażenia wartościujące (Moeschler 1985) oraz metaoperatory perswazyjne (Awdiejew 2004, 2007). Wspomniane środki wpisują się w retoryczny kontekst komunikacji medialnej, opartej na argumentacji jednokierunkowej i emocjonalnej. Zebrany korpus składa się z sześćdziesięciu edytoriali, zaczerpniętych ze stron internetowych francuskich czasopism, opisujących konflikt interesów społeczno-ekonomicznych i polityczno-ekonomicznych (lata 2005-2008) na linii społeczeństwo-rząd. Dzięki zastosowaniu różnych wartościujących środków semantyczno-retorycznych, pozwalających na dokonanie uproszczeń, skategoryzowanie oraz zniekształcenie opisu rzeczywistości, dziennikarze są w stanie nie tylko konstruować, ale też modyfikować aksjologiczną dziedzinę edytorialu po to, by wpływać na opinie i uczucia czytelników dla prezentowanych opinii.

### **Semantic-rhetorical means of evaluation in the context of media communication on the example of French editorials**

The paper aims to describe axiological structures in French socio-political editorials, analyzed in terms of their discursive mechanisms connected with the persuasive function of language. These mechanisms are realised through different semantic and rhetorical means of evaluation, among which the Author distinguished the following two types: axiological expressions (Moeschler 1985) and persuasive metaoperators (according to Awdiejew's terminology 2004, 2007). The aforementioned means are embedded in the rhetorical context of media communication, based on unilateral and emotional arguments. The sixty articles analysed in the paper were culled from selected web pages of French journals and magazines (2005–2008) dealing with social, economic and political conflicts of interest between the French people and the government. By using the above-mentioned semantic and rhetorical means of evaluation that permit to simplify, categorize and distort the

description of reality, journalists are able not only to construct but also to modify the axiological domain of editorials in order to influence readers' feelings and opinions.

## **Die Rolle der bewertenden semantisch-rhetorischen Ausdrucksmittel in der medialen Kommunikation dargestellt am Beispiel des Leitartikels/Editorials im Französischen**

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist die Beschreibung der axiologischen Strukturen des Leitartikels/Editorials im Französischen, der der sozial-politischen Thematik gewidmet ist. Die Aufmerksamkeit wird dabei auf die Diskursmechanismen gelenkt, die mit der persuasiven Funktion der Sprache verbunden sind. Unter diesen Mechanismen versteht die Autorin des vorliegenden Beitrags u. a. bewertende Ausdrücke (Moeschler, 1985) und persuasive Metaoperatoren (Awdiejew 2004, 2007). Diese sprachlichen Mittel bilden den rhetorischen Kontext der medialen Kommunikation, die auf der einseitigen und emotionalsgeladenen Argumentation basiert. Das gesammelte Analysekorpus besteht aus sechzig Leitartikels/Editorials, die auf den Internetseiten der analysierten Zeitungen zu finden sind. Ihre Thematik betrifft die sozial-politisch-ökonomische Problematik aus den Jahren 2005-2008. In den analysierten Texten haben die Journalisten verschiedene Bewertungsmittel eingesetzt, die u. a. der Vereinfachung, Kategorisierung, Entstellung der beschriebenen Wirklichkeit dienen. Durch diese Mittel sind die Journalisten imstande, den axiologischen Inhalt des Leitartikels/Editorials zu modifizieren und dadurch die Meinungen der Leser zu beeinflussen.

### **1. Parę słów wstępu**

Niniejsza praca ma na celu przedstawienie analizy struktur aksjologicznych w artykule wstępnym o tematyce społeczno-politycznej. Moje zadanie stanowić zatem będzie próba opisu tych struktur pod kątem mechanizmów dyskursywnych związanych z perswazyjną funkcją języka i służących wartościowaniu oraz polaryzacji opisywanej rzeczywistości. Mechanizmy te opierają się na dwóch przeciwstawnych relacjach: *identyfikacji (przynależności) i dyferencjacji (wykluczenia)* (por. Culioli 1990: 100; Pachocińska 2001: 111-112; Wieczorek 2010), pozwalających na pogrupowanie prezentowanych faktów do klasy SWOICH (protagonistów) i OBCYCH (antagonistów). Ów zabieg umożliwia stereotypowe podzielenie opisywanej rzeczywistości na to, co *swojskie*, czyli *bonne* i na to co, *obce*, czyli *mauvais* (por. też Plantin 2011: 172, 180). W związku z powyższym w mojej analizie jakościowej, którą w toku kolejnych prac trzeba poszerzyć jeszcze o analizy ilościowe, będę starała się odpowiedzieć na dwa następujące pytania: na czym polega zjawisko perswazji w komunikacji medialnej i jak nadawca tworzy uniwersum dyskursywne w specyficznym rodzaju dyskursu prasowego, jaki stanowi właśnie artykuł wstępny (zwany także edytorialem).

## 2. Artykuł wstępny a argumentacja i perswazyjność języka mediów

Spośród wielu definicji *artykułu wstępnego*, proponowanych zarówno przez polskich, jak i francuskich badaczy, powtarzają się określenia edytorialu rozumianego jako *gatunek oceniająco-interpretujący* (por. Herman/Jufer 2000) lub jako *dyskurs analityczno-dyrektywny* (por. Pisarek 2002: 246; Wojtak 2010: 100), w którym „opowiadamy komentując i komentujemy opowiadając” (Charaudeau 2005: 144, tłum. autorki).

Artykuł wstępny wpisuje się zatem w typową retoryczną sytuację komunikacyjną z wyraźnie zaznaczonym – według Grossa (2001: 20-22) i Grzmil-Tylutki (2007: 210), „ja” nadawcy, a cechami typowymi tego gatunku, jak stwierdzają autorzy „Słownika terminologii medialnej” pod redakcją Pisarka (2006), „są perswazja i propagandowość, dlatego używa się w nim chwytów stylistycznych, które służą emocjonalizacji wypowiedzi” (ibidem: 11).

Podstawową funkcją realizowaną przez nadawcę artykułu wstępnego jest więc funkcja perswazyjna, pozwalająca na interpretację przedstawianych faktów, tzn. łączenie informowania z wartościowaniem. Jak zauważa Lubaś (2006: 41), perswazję językową można by było rozpatrywać w ramach zdefiniowanej przez Bühlera funkcji impresywnej, gdyby nie fakt, iż perswazyjna funkcja językowa jest w zasadzie realizowana przez trzy funkcje języka: impresywną (zjednywanie odbiorcy do swych racji), ekspresywną (przekazanie emocji nadawcy) oraz referencjalną (przekazywanie informacji). Uważam więc, za van Eemerenem i Grootendorstem (1982: 7), iż w kontekście komunikowania masowego akt perswazyjny może być rozpatrywany jako wielowymiarowy akt illokucyjny (w sensie austinowskim), na który składają się różnorodne formy wyrażenia, pozwalające na łączenie dwóch lub więcej aktów mowy, np. wspomnianego wcześniej scalania informacji z wartościowaniem, co z kolei prowadzi bezpośrednio do modyfikacji prezentowanych przez nadawcę faktów.

Artykuł wstępny, jako jeden z wzorcowych komentarzy prasowych typu autonomicznego (por. Wojtak 2004: 168; 2010: 97-98), stanowi wręcz modelową sytuację takiego typu komunikowania. Innymi słowy, ponieważ artykuł wstępny jest ze swej natury – jak stwierdziliśmy wyżej – tekstem analityczno-interpretującym, można uznać, iż użyte w nim środki językowe wpisują się w szerszy kontekst *argumentacji perswazyjnej, jednostronnej i emocjonalnej*.

W zdarzeniu komunikacyjnym, jakim jest dyskurs medialny, wyróżnić można cztery ogólne reguły retoryki komunikowania masowego, odnoszące się także do każdego innego dyskursu o charakterze perswazyjnym (por. Warchała 2004: 51-59):

- a. mechanizm emocjonalizacji odbioru – oddziaływanie na emocje, które sterują zachowaniami i upodobaniami odbiorcy;
- b. mechanizm wspólnoty świata i języka – nadawca stara się wytworzyć u odbiorcy poczucie przynależności do tej samej grupy („my”) i tych samych wartości;
- c. mechanizm uproszczenia rozkładu wartości – ściśle związana z poprzednią regułą, to, co jest w grupie MY wartościowane jest pozytywnie, przy czym zaciera się wartości pośrednie między „dobry” a „zły”;
- d. mechanizm odbioru bezalternatywnego – tutaj objawia się najpełniej manipulacja osobowością odbiorcy jako konsekwencja perswazji medialnej. Znaczenia słów są na tyle „wymodelowane”, by odbiorca był zwolniony z refleksji, interpretacji czy wątpliwości odnośnie prezentowanych faktów, by przyjął jednomyślnie proponowany mu system wartości.

Moje rozumienie *argumentacji*, jako specyficznej funkcji językowej, jest zatem zbieżne z postulowanym przez Amossy (2008), określeniem, iż „argumentacja to próba zmodyfikowania, innego ukierunkowania czy po prostu wzmocnienia obrazu faktów, jaki tworzy sobie odbiorca na dany temat” (ibidem: 3, tłum. autorki). Chodzi więc o wywołanie lub wzmocnienia poparcia audytorium dla tez przedkładanych mu do akceptacji (por. Perelman 2002: 22). Ów aspekt pozwala określić dyskurs medialny jako zdarzenie komunikacyjne, a zatem jako zjawisko natury pragmatyczno-lingwistycznej, związane z komunikacją sensu stricto i bazujące na wytworzeniu wzajemnego porozumienia i interakcji między uczestnikami aktu komunikacji (tzw. „sprzężenie zwrotne”). Searle (1999: 223) definiował ową konkretną sytuację współtworzenia znaczeń, wprowadzając pojęcie ‘znaczenia kolektywnego’, będącego rezultatem kooperacji uczestników aktu komunikacji. W ponowoczesnych ujęciach dyskursu mówi się o ‘grze językowej’, prowadzonej z czytelnikiem na różnych poziomach języka i w różnych konfiguracjach m.in. gra z wartościami, z kulturą, z tradycją, itp. (por. Kępa-Figura 2009; Łuc, Bortliczek 2011: 19).

Warto więc podkreślić, iż perswadowanie i związane z nim wartościowanie w dyskursie medialnym dokonuje się nie tylko na poziomie używanych przez nadawcę środków językowych, ale dotyczy także tego, co Bartoszcze i Pisarek (2006: 65) nazywają *gatekeepingiem* tzn. informacyjnym filtrowaniem: nadawca zastanawia się nad uporządkowaniem wyselekcjonowanych uprzednio faktów czy aspektów rzeczywistości w odpowiednio dobrane przez siebie hierarchie i kategorie. Samo pojęcie *gatekeepingu* wywodzi się od terminu *gate keeper*, którego to po raz pierwszy użył White (1950) w odniesieniu do redaktora gazety podejmującego decyzję o selekcji informacji wartych opublikowania.

Perswazja w kontekście komunikowania masowego będzie zatem specyficznym wariantem przekonywania i wpływania na odbiorcę, a logicznym następstwem tejże perswazji (w przypadku, gdy jest skuteczna) będzie zmiana afektywna i kognitywna u odbiorcy komunikatu (por. Tokarz 2006: 194-195). Breton (2000: 76-101) rozpatruje ową kwestię w ramach szerszego pojęcia *manipulacji kognitywnej* i jednej z jej technik, określanych przez niego mianem *technik zewnętrznych*, polegających na odpowiednim dobieraniu środków językowych w celu maksymalnego skonsolidowania emocji w procesie perswazji w konkretnej sytuacji komunikacyjnej.

Będący podstawą analizy korpus stanowi sześćdziesiąt edytoriali z lat 2005-2008, zaczerpniętych ze stron internetowych czasopism i magazynów francuskich. W zebranych artykułach wstępnych dziennikarze poruszają polityczno-ekonomiczne i polityczno-społeczne konflikty interesów między francuskim społeczeństwem a rządem, co pozwala pogrupować teksty korpusu wedle trzech kategorii tematycznych : zamieszki we francuskich przedmieściach (jesień 2005) oraz dwa rodzaje reform – emerytalna i szkolnictwa wyższego (lata 2007-2008).

### 3. Wartościujące środki semantyczno-retoryczne w aksjologicznych strukturach edytoriali

Prawa konstytuujące dyskurs medialny pozwalają na dokładniejsze sprecyzowanie trzech wymiarów komunikacji masowej, w jakich odbywa się wyrażanie i prezentacja wartości. Wspomniane trzy wymiary komunikacji medialnej, łączące w sobie zarówno elementy lingwistyki, psychologii, jak i socjologii, implikują trzy następujące kwestie :

- a. jak dane użycie języka wpływa na wyobrażenie odbiorcy o przedstawianej rzeczywistości i jak w związku z tym przebiega interakcja (sprzężenie zwrotne);
- b. jak interakcja wpływa na formę wypowiedzi, tj. jak dziennikarz musi kształtować swój dyskurs (mentalnie i językowo), by trafił on do określonego odbiorcy;
- c. jak przekonania, sądy i opinie reprezentowane przez uczestników komunikacji warunkują wybór określonych środków językowych.

Widzimy zatem, iż perswazyjna funkcja tegoż dyskursu objawia się po pierwsze w sposobie selekcji informacji (gatekeeping) oraz jej kategoryzacji, po drugie, w odpowiednio dobranych strukturach i środkach językowych, aktualizujących perswazyjną intencję nadawcy, które to określiłam mianem *wartościujących*

*środków semantyczno-retorycznych*. Pojęcie ‘wartościowania’, w tym kontekście, będzie więc przeze mnie rozumiane szeroko, tj., tak, jak je definiują Hunston i Thompson (2000: 6), przez pryzmat funkcji aktu wartościowania: po pierwsze, wartościowanie służy prezentacji opinii i poglądów nadawcy oraz grupy (wspólnoty) społecznej, do której nadawca należy; po drugie, wartościowanie ma na celu stworzyć i utrzymać relację bliskości między nadawcą a odbiorcą; po trzecie, wartościowanie pomaga uporządkować dyskurs na poziomie strukturalnym.

Dystrybucja wartości w strukturach aksjologicznych dyskursu perswazyjnego, czy też, zgodnie z arystotelesowską tradycją, można powiedzieć w jego wymiarze *pathosu*, musi być zawsze zgodna z obranym przez nadawcę kierunkiem argumentacyjnym i typem presuponowanego odbiorcy. Wskutek takiego działania dochodzi do jakościowej modyfikacji informacji i scalania – o czym była już mowa wcześniej – różnych typów aktów językowych, tj. aktu informującego z aktem wartościującym. W konsekwencji, uznaję za Laskowską (2008: 225), iż samo użycie środków wartościujących jest perswazyjne, natomiast w samej perswazji, stanowiącej podstawę konstruowania struktur aksjologicznych w edytoriale, istnieją, obok argumentów racjonalnych (*logos*), także argumenty emocjonalne, wpisujące się w perswazję aksjologiczną, manifestującą się na poziomie *pathosu*. Im zatem bardziej użyte w artykule wstępnym argumenty emocjonalne odpowiadają potrzebom i preferencjom czytelników, tym lepiej (tzn. efektywniej) dyskurs ten spełnia impresywną funkcję wywierania wpływu na adresata, skłaniając go do przejęcia systemu wartości proponowanego mu przez nadawcę (por. też Plantin, 2011: 18, 166). Wartościowanie sytuuje się więc w samym centrum aktu perswazji, jest wszak w nim obecne zawsze, *explicite* bądź *implicite*, dlatego też perspektywa aksjologiczna stanowić będzie nieodłączny składnik interpretacji w przekazywaniu faktów przez nadawcę (por. Mrozowski 2001: 249; Rabatel 2011: akapit 25; Plantin, 2011: 182, 222). Temu właśnie służą wartościujące środki semantyczno-retoryczne, wśród których wyodrębniłam dwie grupy: *wyrażenia wartościujące* (fr. ‘*marques axiologiques*’) (por. Moeschler 1985; Tokarski 1991; Fuchs 1983; Pisarek 2002; Grzegorzczkowska 2001) oraz *metaoperatory perswazyjne* (por. Awdiejew 2004 : 72; 2007: 142).

### 3.1 Wyrażenia wartościujące

Przy opisie i klasyfikacji wyrażeń wartościujących, przyjąłam rezydualną koncepcję wartościowania zaproponowaną przez Puzyninę (1992, 2004). Definicje wartości i leksemów wartościujących lingwistka oparła na teorii znaczenia w rozumieniu Apresjana: wartościowanie może więc wchodzić do ścisłej definicji słowa (jego denotacji), częściej jednak jest obecne jako towarzysząca znacze-



niu konotacja (sens użyciowy), stanowi raczej element pragmatyki niż semantyki znaków językowych. Sam zaś termin *wyrażenia wartościujące* zapożyczam od Moeschlera (1985: 57), reprezentanta francuskiej pragmatycznej koncepcji argumentacji, który rozwija swą teorię w oparciu o dynamiczną koncepcję argumentacji Anscombe'a i Ducrota (1994). Wspomniana koncepcja odwołuje się do problematyki subiektywizujących środków języka oraz teorii aktów mowy Austina (1970).

Moeschler definiuje wyrażenia wartościujące jako jeden z *konwencjonalnych* środków językowych, bowiem w pragmatycznej koncepcji argumentacji przyjmuje się, iż fundamentalną funkcją w akcie komunikacji jest funkcja argumentacyjna, a więc każdy dyskurs jest argumentacyjnie ukierunkowany. W takim ujęciu wyrażenia wartościujące rozumiane są jako leksemy typu rzeczownik, czasownik, przymiotnik czy przysłówek, wyrażające pozytywny bądź negatywny stosunek nadawcy do przedmiotu, o jakim mówi, przy czym wartościowanie owo może być stałe lub uwarunkowane kontekstowo.

W związku z powyższym, mając na uwadze metodologiczny cel niniejszej pracy i specyfikę języka medialnego, postanowiłam wyodrębnić dwie klasy, wedle których można pogrupować wyrażenia wartościujące (por. Topa 2008: 446). Są to:

- a) *wyrażenia wartościujące nacechowane emocjonalnie i oceniająco* (por. Kerbrat-Orecchioni 1977: 110, 1980: 70-120; Tokarski 1991: 45-46; Grzegorzczkowska 2001: 55; Pisarek 2002: 72), czyli takie leksemy bądź ich grupy jak np. *porażka, fałszywy, kłopoty*, gdzie wartościowanie czy emocja nie są elementami definicyjnymi, lecz są naddane, dodatkowe i różne od znaczenia przedmiotowego. Zwroty te pozwalają wyrazić mówiącemu lub też zasugerować czytelnikowi stosunek do opisywanych zjawisk czy obiektów;
- b) *wyrażenia wartościujące nacechowane konotacyjnie* (por. Kerbrat-Orecchioni 1980: 15-18, 105-110; Tokarski 1991: 45-46; Pisarek, 2002: 78; Puzynina 2004: 185; Grzegorzczkowska 2001: 51), np. *matka, ojczyzna, liberal* czyli słowa-impulsy, mające wyzwać pożądane reakcje przez skojarzenia związane z przedmiotem oznaczanym przez te wyrazy. Leksemy te mają swoje ustabilizowane denotacje, ale ich użycie, wywołujące pewne emocjonalne skojarzenia, powoduje, że na pierwszy plan wysuwa się ich nacechowanie konotacyjne, uzależnione od osobistych doświadczeń. Konotację rozumiem zatem w szerokim zakresie, jako kombinację znaczeń uzupełniających i asocjacyjnych, mniej lub bardziej ustabilizowanych i uwarunkowanych przez kontekst i kulturę. Jest to zjawisko czysto pragmatyczne, aktualizujące się w konkretnych, indywidualnych użyciach (por. Grzmil-Tylutki 2000: 56).



W przedstawionych poniżej przykładach dziennikarze, za pomocą odpowiednich wyrażeń wartościujących, opisują konflikt ekonomiczno-polityczny pomiędzy francuskim społeczeństwem a rządem. W przykładach (1), (2) i (5) chodzi o wprowadzenie reformy emerytalnej, w przykładzie (3) o protesty muzułmańskiej części społeczeństwa po serii opublikowanych karykatur Mahometa, natomiast w przykładzie (4) mowa jest o reformie francuskiego szkolnictwa wyższego:

(1) [...] chacun sait que les enjeux de ce conflit vont bien au-delà de **la seule affaire des régimes spéciaux**.

→ Każdy wie, że skala tego konfliktu [reformy emerytalnej proponowanej przez rząd i społecznego niezadowolenia z tego wynikającego] wykracza znacznie poza **same trudności związane z przeprowadzeniem reformy emerytalnej**. (*Les Echos*, 18.10.2007)

(2) Enfin **les difficultés** commencent. **Les difficultés** prévues, **les difficultés** attendues, **les difficultés** bienvenues...

→ Wreszcie zaczynają się **kłopoty**. **Kłopoty** przewidywane, **kłopoty** wyczekiwane i **kłopoty** mile widziane...[przez rząd] (*Marianne* 2, 17.10.2007)

(3) **La crise, aiguë, brutale, violente**, que connaît la France depuis deux semaines ne restera pas sans lendemain.

→ **Ostry, gwałtowny i brutalny kryzys** [w związku z oburzeniem muzułmańskiej części społeczeństwa po publikacji karykatur Mahometa], z jakim boryka się Francja od dwóch tygodni, nie zakończy się tak po prostu z dnia na dzień. (*Journal L'Humanité*, 12.10.2005)

(4) Le projet d'attribuer davantage d'autonomie aux universités françaises intervient dans **un contexte de faux immobilisme**. Si l'on connaît **les déboires successifs** des projets de réforme qui ont rendu le sujet **politiquement sensible**, [...].

→ Projekt przyznania większej autonomii francuskim uniwersytetom pojawia się **w kontekście udawanej zachowawczości**. Tym bardziej, iż wiemy, jakie były **powtarzające się niepowodzenia i rozczarowania** związane z projektami reformy, które to sprawiły, iż kwestia ta stała się **politycznie wrażliwa** [...] (*L'Esprit*, 08. 2007)

(5) [...] il faut réformer sans faiblesse. Sarkozy fut élu pour cela. Un échec ruinerait **d'emblée** son quinquennat. **Sarkozy sans réformes** égale Chirac.

→ [...] trzeba wprowadzać reformy bez ulegania wpływom. Do tego wybrano Sarkozy'ego. Jakakolwiek pojedyncza porażka od razu przekreśliłaby jego kadencję. **Sarkozy bez reform** jest jak Chirac. (*Le Point*, 8.11. 2007)

Postawa dziennikarza wobec prezentowanych faktów widoczna jest w następujących wyrażeniach o nacechowaniu emocjonalno-oceniającym: *same trudności związane z przeprowadzeniem reformy emerytalnej* (1), *kłopoty* (2), *ostry, gwałtowny i brutalny kryzys* (3), *powtarzające się niepowodzenia i rozczarowania związane z projektami reformy, udawany* (4).

Zauważmy, iż użycie takich leksemów jak *kłopoty* oraz *ostry, gwałtowny i brutalny kryzys* z przykładów (2) i (3) w pozycji tematycznej zdania (powróć jeszcze do tej kwestii przy omawianiu metaoperatorów perswazyjnych), pozwala skutecznie zasugerować odbiorcy, w formie przyjętych *a priori* przekonań, opinię dziennikarza względem komentowanego zdarzenia. Tematyzacja przekazywanej informacji, jak pisze Awdiejew (2004: 77; 2007: 145), czyli przeniesienie danych fragmentów treści do poziomu wiedzy założonej, gdzie na mocy konwencji językowej uczestnicy aktu komunikacji przyjmują ją za niepodważalną, stwarza możliwość narzucenia czytelnikowi danej informacji jako prawdziwej z racji niemożności jej strukturalnego zanegowania.

W konsekwencji, użycie terminów *kryzys* i *kłopoty* sugeruje czytelnikowi, iż prezentowane fakty stanowią dla niego coś niepożądanego, co ma świadczyć o tym, iż konflikt na linii rząd (ONI) – społeczeństwo (MY) będzie trudną kwestią do rozwiązania dla obu uwikłanych w niego stron. Wartościowanie na niekorzyść rządzących jest wzmocnione przez opatrzenie leksemu *kryzys* epitetami o jednoznacznie negatywnej orientacji *ostry, gwałtowny i brutalny* w przykładzie (3), jak też redundancją (akumulacją) słowa *kłopoty* w przykładzie (2). Otrzymany w ten sposób zabieg retoryczno-perswazyjny ma na celu wytworzyć u odbiorcy przekonanie o ważności podejmowanego zagadnienia. Skumulowanie wyrażeń o negatywnym znaku wartości i tworzenie łańcuchów tematycznych opartych na osi MY-ONI przywołuje swoisty „krąg antywartości”. Podobnie rzecz ma się w przypadku pozostałych wyrażeń emocjonalno-oceniających: *same trudności związane z przeprowadzeniem reformy emerytalnej* z przykładu (1), *powtarzające się niepowodzenia i rozczarowania związane z projektami reformy, udawany* z przykładu (4).

W przypadku wyrażeń wartościujących o nacechowaniu konotacyjnym w omawianych przykładach można wyróżnić następujące zwroty: *w kontekście (udawanej) zachowawczości, kwestia ta stała się politycznie wrażliwa [...]* (4) oraz *Sarkozy bez reform* (5).

Leksem *zachowawczość*, systemowo neutralny, pojawia się w odpowiednio przez nadawcę wymodelowanej sytuacji językowej, w otoczeniu negatywnie wartościującego przymiotnika *udawany* oraz emocjonalno-oceniających wyrażeń wartościujących: *powtarzające się niepowodzenia i rozczarowania związane z projektami reformy [...]*. W efekcie tak zastosowanej retoryczno-aksjologicznej

techniki, leksem *zachowawczość* zyskuje jednoznacznie negatywne zabarwienie, bowiem odsyła do ‘czegoś fałszywego’, co z kolei oznacza, iż zachowawcza polityka rządu nie jest jego prawdziwą intencją, ale odgórnie wyreżyserowaną grą taktyczną, stwarzającą jedynie pozory konserwatyzmu. Negatywne wartościowanie obiektu krytyki jest jeszcze zintensyfikowane przez użycie terminu *wrażliwy*, pojawiającego się w wyrażeniu *kwestia ta stała się politycznie wrażliwa*.

W wyrażeniu z przykładu (5) *Sarkozy bez reform* konotacyjne wartościowanie wprowadzone przez syntagmę *bez reform* buduje w świadomości czytelnika emocjonalnie negatywny portret francuskiego byłego już prezydenta, jako osoby tkwiącej w zbytnim marazmie politycznym. Zauważmy również, iż wysuwając na pierwszy plan wartościujące znaczenie konotacyjne, które dominuje nad znaczeniem referencjalnym w denotacji, nadawca dokonuje, jak stwierdzają Kudrowie (2004: 97), swoistej *defunkcjonalizacji* nazwy własnej Sarkozy. Nazwa ta zaczyna odtąd bowiem funkcjonować jako swego rodzaju etykieta, która już nie tylko wskazuje referenta, ale przede wszystkim go wartościuje i opisuje.

W analizowanych przykładach, nadawcy, zgodnie z przyjętą strategią bipolaryzacji opisywanej rzeczywistości, przedstawiają fakty za pomocą argumentacji jednostronnej i emocjonalnej, aby założony cel perswazyjny był szybko osiągalny. Poprzez takie działanie, jak zauważa Szczepaniak (2007: 32), dochodzi do jakościowej zmiany przekazywanej informacji, gdyż elementy językowe, funkcjonujące na mocy określonych asocjacji, pełnią w dyskursie rolę sygnalizatora, mającego ukierunkować, w tym przypadku, negatywnie odbiór informacji, pozabawiając tym samym odbiorcę swobody w interpretacji komunikatu.

### 3.2. Metaoperatory perswazyjne

*Metaoperatory perswazyjne* to pojęcie wywodzące się z gramatyki komunikacyjnej Awdiejewa (2004: 64-79; 2007: 142-152). Badacz definiuje je jako systemowe środki perswazji, mające postać leksemów, wyrażen bądź struktur składniowych, których występowanie w aktach mowy ma głównie na celu zwiększenie ich skuteczności.

Awdiejew wyodrębnił wśród metaoperatorów perswazyjnych cztery poniższe klasy :

- a) *Metaoperatory blokujące weryfikację prawdziwości wyrażonej asercji* – są to środki kształtujące zakres argumentów, do których się odnoszą. Odbiorca w tym przypadku ma trudności z odrzuceniem komunikatu, bowiem operatory te wzmacniają przekonanie, że przekazywana treść jest wiarygodna, ponieważ odwołuje się do wspólnej wiedzy interlokutorów

oraz warunków szczerości danego aktu komunikacji. Warto również podkreślić, iż w przypadku zastosowania metaoperatorów blokujących weryfikację, nadawca tworzy swoisty system odniesienia JA, TY, MY (ONI-nieokreślony ogół), zarówno o charakterze pozytywnym, jak np. w zwrotach typu *wiesz dobrze, że, dobrze pamiętam, że, wszyscy potwierdzą, że*, jak i negatywnym: *może się myłę, ale, co ty, nie wiesz, że, nikt by nie pomyślał, że*. Podział ów pokrywa się z opisywanymi w klasycznej teorii argumentacji rodzajami argumentów typu ‘ad personam’ lub ‘ad auditores’;

- b) Metaoperatory wywołujące efekt obserwatora np. *wyobraź sobie, że, jak widzisz* – umożliwiają odwołanie się do wyobraźni odbiorcy i jego percepcji zmysłowej, przez co ma on wrażenie mentalnego uczestnictwa w opisywanych przez nadawcę zdarzeniach. Zastosowanie operatorów wywołujących efekt obserwatora nie tylko utrudnia weryfikację treści informacji, ale przede wszystkim pozwala wytworzyć u odbiorcy większe emocjonalne zaangażowanie w odbiór komunikatu poprzez bardziej plastyczny, jaskrawy, wręcz „naoczny” opis wydarzeń;
- c) Metaoperatory zmieniające hierarchię układu informacyjnego – dające nadawcy możliwość uwypuklenia tego, co uzna on za godne uwagi. Wśród tego typu metaoperatorów wyróżnić można m.in. tematyzację przekazywanej informacji, co z kolei skutkuje możliwością swiostego „przemycania” ważnych dla nadawcy faktów poprzez zablokowanie możliwości weryfikacji ich wiarygodności;
- d) Metaoperatory wzmocnienia funkcji pragmatycznych – pozwalające na podkreślenie zawartej w funkcjach modalnych i funkcjach działania siły illokucyjnej poprzez zastosowanie takich wyrażań jak *jestem (absolutnie, całkowicie, na sto procent) pewna, że, przysięgam, że to zrobię, słowo honoru!*, itp. (por. też Kerbrat-Orecchioni, 2001).

Poniżej przedstawiam przykłady, w których odnaleźć można opisywane uprzednio klasy metaoperatorów perswazyjnych. W przykładach (6) i (9) mowa jest o reformie emerytalnej, a w przykładach (7) i (8) dziennikarze poruszają problem przemocy i zamieszek we francuskich przedmieściach:

(6) *Si la grève d’aujourd’hui devait n’être qu’un coup d’épée dans l’eau, cela confirmerait ce changement d’état d’esprit que l’on croit percevoir dans le pays.*

→ Nawet jeśli **obecne strajki** miały być tylko syzyfową pracą, to i tak potwierdzają one zmianę społecznej mentalności, jaką **można, zdaje się, zauważyć** w naszym kraju. (*Le Figaro*, 21.05.2008)

(7) [...] c'est tout le discours sur l'intégration qui est battu en brèche. **La vérité est que** le modèle français d'intégration est vicié au départ.

→ [...] to właśnie dyskusja na temat społecznej integracji jest zawsze mocno bojkotowana. **Prawdą jest, że** francuski model integracji jest wadliwy od podszewki. (*L'Expression*, 6.09. 2005)

(8) **Comme on le voit**, [...]d'un côté, il y a une volonté de réduire la portée de ce qui se passe en banlieue en événements mineurs de jeunes loubards, de l'autre, **on suggère volontiers** le choc des civilisations.

→ **Jak widać**, z jednej strony istnieje tendencja, by wszystko to, co się dzieje w przedmieściach sprowadzać do niezbyt groźnych wybryków młodocianych awanturników, z drugiej zaś strony, **nader często i chętnie sugeruje się** kulturowe zderzenie cywilizacji. (*L'Expression*, 5.11.2005)

(9) Il n'y a pas, **c'est entendu**, le feu au lac. Mais le président ne peut plus se contenter de triompher dans le marathon médiatique.

→ Nie trzeba **oczywiście** zbytnio się śpieszyć. Ale też prezydent nie może zadowalać się jedynie sukcesami odnoszonymi w medialnym maratonie. (*Le Point*, 8.11.2007)

W przykładzie (6) możemy odnaleźć tematyzację: *obecne strajki*. Jak wspomnieliśmy, tematyzacja z racji niemożności jej strukturalnego zanegowania, zwiększa skuteczność perswazyjnego aktu mowy nadawcy, stając się jednym z chętniej wykorzystywanych przez dziennikarzy językowych środków wywierania wpływu w edytorialu. W przykładach (7), (8) i (9) znajdują się kolejne metaoperatory blokujące weryfikację prawdziwości komunikatu. Są to: *Prawdą jest, że, nader często i chętnie sugeruje się* oraz *oczywiście*.

Perswazyjny efekt uzyskiwany poprzez zastosowanie uogólniającej, desubiektywizującej formy czasownika *sugeruje się* w przykładzie (8) (we francuskim uwydatniony przez użycie zaimka ON) wraz z przysłówkami *nader często i chętnie*, wyrażającymi częstość powtarzania danej informacji – co z kolei sprawia, iż leksemy te funkcjonują również jako metaoperatory wzmocnienia – ma sprawiać wrażenie jedności poprzez tworzenie fikcyjnej wspólnoty przynależności z odbiorcą (MY), przez co informacje te uważane są za prawdziwe w danej wspólnotce dyskursywnej, gdyż ich siła argumentacyjna jest bardziej przekonująca niż pojedynczy głos komentatora (por. Herman, Jufer 2000: 141-144; Koren 2004: 19; Grzmil-Tylutki 2007: 218-219; Wojtak 2010: 104).

Podobnie rzecz ma się z użyciem modalizatora wzmocnienia z przykładu (9) *oczywiście*, wykluczającego wszelką wątpliwość. Odwołuje się do faktów jasných i oczywistych dla nadawcy i odbiorcy, do ich wspólnie dzielonej wiedzy,

co w tradycyjnej teorii argumentacji odpowiada argumentowi ‘ad auditores’ (por. Pisarek 2002: 224; Lubaś 2006: 97; por. też Szymanek, 2001: 49).

Formuła analityczna, jak ją nazywa Awdiejew (2004: 74), *prawdą jest, że* występująca w zdaniu w przykładzie (7) ma na celu wzmocnienie wiarygodności przekazu poprzez odwołanie się do szczerości komunikacyjnej nadawcy: dziennikarz przedstawia w ten sposób informację jako ukrywaną bądź niewypowiedzianą do tej pory prawdę, którą pragnie podzielić się z czytelnikiem, wzbudzając jego zainteresowanie i tworząc z nim wspólnotę myśli (MY), wzmacniającą poczucie łączności i afiliacji (por. też ‘principle of proximity: us vs them’ jako zasada stwarzania dystansu bądź bliskości względem prezentowanego zdarzenia, tak jak to ujmował Plantin 2011: 172, 180)<sup>1</sup>.

Z kolei w przykładach (6) i (8) pojawiają się takie wyrażenia jak: *można, zdaje się, zauważyć, jak widać*, wywołujące efekt obserwatora. Zwroty *jak widać* czy wieloznaczne *można, zdaje się, zauważyć* pozwalają na jeszcze większe poczucie współprzynależności z nadawcą, gdyż odbiorca staje się bardziej „uważnym”, naocznym świadkiem opisywanych wydarzeń (modalność epistemiczna wyrażona przez *zdaje się* zostaje tu niejako „zniesiona” przez odwołanie do wspólnie i publicznie oglądanej sprawy), które – będący w tej samej wspólnotocie społeczno-dyskursywnej – nadawca także „ogląda”. Dzięki zastosowaniu wspomnianych metaoperatorów, nadawca może też skutecznie „podszyć” się pod opinię publiczną lub występować w roli jej rzecznika, co ma stwarzać wrażenie wypowiedzi obiektywnej, bo przecież *wszyscy wiedzą i widzą, o czym jest mowa*.

#### 4. Podsumowanie

Współczesne media mają nie tylko ogromny wpływ na życie i postawy społeczne, ale również prowadzą do zmian w obrębie intelektualnym i emocjonalnym, z czym bezpośrednio związane jest immanentne dyskursowi medialnemu wartościowanie (por. Grzmil-Tylutki 2010: 318). Skoro komunikacja masowa jest narzędziem wartościowania, dziennikarze, w szczególności zaś nadawcy mediów opiniotwórczych, wytworzyli własne techniki sterowania emocją i opinią, podporządkowane regułom mowy publicznej. Stąd, głównym celem niniejszej pracy było zaobserwowanie i opisanie perswazyjnych mechanizmów (technik)

<sup>1</sup> W wymienionym zabiegu uwidacznia się również zasada limitu, zgodnie z którą nadawca stara się stworzyć wrażenie, że przekazuje ukryte prawdy, przeznaczone dla „wybranych”, jakimi w tym przypadku są czytelnicy określonego czasopisma. Obok zasad sympatii, wzajemności, konsekwencji, autorytetu i społecznego dowodu słuszności, zasada limitu stanowi jedną z podstawowych pięciu zasad efektywnej perswazji (por. Cialdini 2009).



wartościowania, służących do konstruowania uniwersum dyskursywnego w artykule wstępnym (edytorialu).

Jedną z takich technik są omówione wyżej przykłady wartościujących środków semantyczno-retorycznych, związanych z argumentacją jednostronną i emocjonalną, utrwalającą postawy i oceny narzucone czytelnikom przez dziennikarza tak, by przedstawione fakty i wnioski nie mogły być zanegowane bądź odrzucone, lecz uznane za swoje (grupa MY, relacja identyfikacji).

W tym właśnie sensie medialny akt perswazyjny może prowadzić do manipulacji recepcją komunikatu, bowiem poprzez odpowiedni dobór tematyczny i umiejętny rozkład akcentów, nadawca określa obszar informacji „bardziej lub mniej ważnych” w jego własnej, subiektywnej optyce. Media zatem nie tylko opisują rzeczywistość, lecz także ją generują, tworząc to, co Mrozowski (2001: 317-319) odwołując się do Lévi-Straussa, określił mianem *formuły mitycznej* w komunikacji masowej.

Użycie wartościujących środków semantyczno-retorycznych wpisuje się więc w bardziej ogólny mechanizm konstruowania wspólnoty dyskursywnej czy ‘pamięci zbiorowej’, jak nazywa ów proces Moirand (2007: akapit 4). Nadawca, mieszając informację z wartościowaniem, sprawia, iż poszczególne tematy, oceny i opinie, niejako utrwalają się w świadomości odbiorców jako ich własne, gdyż opierają się bądź to na konotacjach, bądź na ogólnie uznanych prawdach (społecznych, kulturowych, narodowych, itp.). W ten sposób czytelnik odczytuje tylko opinie przekazywane mu przez dziennikarza zamiast np. wyciągania własnych wniosków. Widać zatem, iż specyficzny kontekst komunikacyjny, jaki stanowi dyskurs masowy i medialny, pozwala na aktualizację dwóch wymiarów manipulacji kognitywnej i medialnej, tj. na przekształcanie *falszu* w *prawdę* oraz *prawdy* w *falsz*, gdzie pojęcie *falszu* znaczyłoby tyle, co *zmodyfikowany*, czyli *medialny* (por. Mrozowski, 2001).

Na koniec, pragnę jeszcze raz podkreślić, iż przedstawione w niniejszej pracy hipotezy na temat wpływu wartościujących środków semantyczno-retorycznych na odbiorców stanowią pierwszy etap mojego badania. Przedstawiona analiza jakościowa jest zaledwie próbą uchwycenia mechanizmów emocjonalizacji wypowiedzi oraz sterowania recepcją komunikatu medialnego. Kolejnym więc etapem badania – w celu pogłębienia interpretacji uzyskanych wyników oraz sprawdzenia, na ile i czy opisywane struktury i środki można uznać za typowe dla edytorialu – będzie przeprowadzenie analizy ilościowej, skonfrontowanej następnie z danymi z wywiadów etnograficznych lub grup fokusowych z czytelnikami w nadziei, iż pozyskane wyniki przyczynią się do wzbogacenia dostępnej już wiedzy na temat przetwarzania informacji i jej językowej prezentacji nie tylko w komentarzu prasowym, ale też w dyskursie komunikacji masowej w ogóle.



## Literatura

- Amossy, Ruth (2008): *Argumentation et Analyse du discours: perspectives théoriques et découpage disciplinaires*. In: *Argumentation et Analyse du Discours* n° 1 : <http://aad.revues.org/index200.html> (15.07.2010)
- Anscombre, Jean-Claude/ Ducrot, Oswald (1994): *L'argumentación en la lengua*. Versión española de J. Sevilla y M. Tordesillas. Madrid.
- Austin, John Langshaw (1970): *Quand dire, c'est faire*. Paris.
- Awdiejew, Aleksy (2004): Systemowe środki perswazji. W: Krzyżanowski, Piotr/ Nowak, Paweł (eds.): *Manipulacja w języku. Manipulacja w tekście*. Lublin, s. 71-79.
- Awdiejew, Aleksy (2007): *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków.
- Breton, Philippe (2000): *La parole manipulée*. Paris.
- Carel, Marion/ Ducrot, Oswald (1999): *Le problème du paradoxe dans une sémantique argumentative*. In: *Langue française* 123, s. 6-26.
- Charaudeau, Patrick (2005): *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles.
- Cialdini, Robert (2009): *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk.
- Culioli, Antoine (1990): *Pour une linguistique de l'énonciation. Opérations et représentations 1*. Paris.
- Eemeren, Frans Hendrik van/ Grootendorst, Rob (1982): *The speech acts of arguing and convincing in externalized discussion*. In: *Journal of Pragmatics* 6 (1), s. 1-24.
- Fuchs, Catherine (1983): *Variations discursives*. In: *Langages* 70, s.15-30.
- Grzegorzczkova, Renata (2001): *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*. Warszawa.
- Grzmil-Tylutki Halina (2010): *Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy*. Kraków.
- Grzmil-Tylutki, Halina (2000): *Francuski i polski dyskurs ekologiczny w perspektywie aksjologii*. Kraków.
- Grzmil-Tylutki, Halina (2007): *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*. Kraków.
- Herman, Thierry/ Jufer, Nicole (2000): *L'éditorial « vitrine idéologique du journal » ?* In: *Semen* 13, s.135-162.
- Hunston, Susan/ Thompson, Geoffrey (2000): *Evaluation: An Introduction*. In: Hunston, Susan/ Thompson, Geoffrey (eds.): *Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford, s. 1-27.
- Kępa-Figura, Danuta (2009): *Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej – semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów*. W: *Prace językoznawcze* 11, s. 95-113.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1977): *La connotation*. Lyon.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1980): *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Paris.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2001): *Les actes de langage dans le discours*. Paris.
- Koren, Roselyn (2004): *Argumentation, enjeux et pratique de « l'engagement neutre »: le cas de l'écriture de presse*. In: *Semen* 17, s.19-40.
- Kudra, Andrzej/ Kudra, Barbara (2004): *Między manipulacją a perswazją (o funkcjonowaniu antropomów w tekście prasowym)*. W: Krzyżanowski, Piotr/ Nowak, Paweł (eds.): *Manipulacja w języku. Manipulacja w tekście*. Lublin, s. 91-99.
- Laskowska, Elżbieta (2008): *Wartościowanie jako środek perswazji*. W: Laskowska, Elżbieta/ Benenowska, Iwona, Jaracz, Małgorzata (eds.): *Język-społeczeństwo-wartości. Prace Komisji Językoznawczej Bydgoskiego Towarzystwa Naukowego* 18, s. 219- 226.
- Lubaś, Władysław (2006): *Język w komunikacji, w perswazji i w reklamie*. Dąbrowa Górnicza.
- Łuc, Izabela/ Bortliczek, Małgorzata (2011): *Język uwikłany w ponowoczesność*. Katowice.

- Moeschler, Jacques (1985): *Argumentation et conversation. Eléments pour une analyse pragmatique du discours*. Paris.
- Moirand, Sophie (2007) : *Discours, mémoires et contextes: à propos du fonctionnement de l'allusion dans la presse*. In: CORELA - Cognition, discours, contextes. Numéros thématiques : <http://corela.edel.univ-poitiers.fr/index.php?id=1567> (7.08.2012)
- Mrozowski, Maciej (2001): *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*. Warszawa.
- Pachocińska, Elżbieta (2000): *La réalisation de l'intention persuasive dans le discours polémique: approche énonciative*. Warszawa.
- Perelman, Chaim (2002): *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*. Przeł. M. Chomicz. Warszawa.
- Pisarek, Walery (2002): *Nowa retoryka dziennikarska*. Kraków.
- Pisarek, Walery (2006) (ed.): *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
- Plantin, Christian (2011): *Les bonnes raisons des émotions. Principe et méthode pour l'étude du discours émotionné*. Berne.
- Puzynina, Jadwiga (1992): *Język wartości*. Warszawa.
- Puzynina, Jadwiga (2004): *Problemy wartościowania w języku i w tekście*. W: *Etnolingwistyka – problemy języka i kultury* 16, s. 179-189.
- Rabatel, Alain (2011): *Des conflits des valeurs et de points de vue en discours*. In: *Semen* 32. Consulté le 16 août 2012. URL : <http://semen.revues.org/9354>.
- Searle, John (1999): *Mind, Language And Society: Philosophy in the Real World*. New York.
- Szczepaniak, Jacek (2007): *Wartościowanie w tekście prasowym na przykładzie niemieckiej gazety "Bild-Zeitung"*. W: *Oskiera, Agnieszka (ed.): Antynomie wartości: problematyka aksjologiczna w językoznawstwie*. Łódź, s. 29-38.
- Szymanek, Krzysztof (2001): *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*. Warszawa.
- Tokarski, Ryszard (1991): *Poziomy konotacji semantycznej*. W: *Język a kultura* 2, s. 45-52.
- Tokarz, Marek (2006): *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykład z teorii komunikacji*. Gdańsk.
- Topa, Dominika (2008): *Wyrażenia wartościujące w argumentacji perswazyjnej na przykładzie francuskiej reklamy turystycznej*. W: *Laskowska, Elżbieta/ Benenowska, Iwona, Jaracz, Małgorzata (eds.): Język-społeczeństwo-wartości. Prace Komisji Językoznawczej Bydgoskiego Towarzystwa Naukowego* 18, s. 445-453.
- Warchala, Jacek (2004): *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*. W: *Krzyżanowski Piotr/Nowak, Paweł (eds.): Manipulacja w języku. Manipulacja w tekście*. Lublin, s. 41-59.
- White, David Manning (1950). *The "gate keeper": A case study in the selection of news*. In: *Journalism Quarterly* 27, s. 383-391.
- Wieczorek, Anna Ewa (2010): *Znaczniki przynależności i wykluczenia, czyli językowe przejawy inkluzji i ekskluzji społecznej*. W: *Nijakowska, Joanna (ed.): Interdyscyplinarne studia nad świadomością i przetwarzaniem językowym. Język a komunikacja* 28, s. 277-297.
- Wojtak, Maria (2004): *Gatunki prasowe*. Lublin.
- Wojtak, Maria (2010): *Analiza gatunków prasowych*. Lublin.

dr Dominika Topa-Bryniarska  
Uniwersytet Śląski  
Instytut Języków Romańskich i Translatoryki  
Zakład Lingwistyki Tekstu  
ul. Grota-Roweckiego 5  
41-205 Sosnowiec  
e-mail: dominika.topa@us.edu.pl