

Znaczenie jednostki leksykalnej a tekst precedensowy

Słowa kluczowe: semantyka, znaczenie leksykalne, kontekst, tekst kultury, tekst precedensowy, apelatyzacja, deonimizacja, egzemplifikacja, reinterpretacja, wartościowanie.

doi: <http://dx.doi.org/10.31286/JP.100.2.2>

Wstęp

Jurij M. Łotman (1981: 5) pisał, że za pośrednictwem tekstu zachodzi komunikacja między publicznością a tradycją kulturową: z tekstów czerpie się informację zachowywaną w pamięci kulturowej. Odbiór informacji ma charakter aktywny: teksty, w tym tak zwane teksty kultury (traktowane – za Stefanem Żółkiewskim (1988: 23) – jako „wszelkie struktury kodowe właściwe danej kulturze, a realizujące określone elementy jednego lub więcej systemu znaków funkcjonującego w tejże kulturze”), w komunikacji społecznej (na poziomie semantycznym) ulegają modyfikacjom: w kontekstach społecznych (rozumianych zgodnie z definicją zaproponowaną przez Piotra Sztompkę, zob. 2010: 36) zachodzi reinterpretacja tekstu, to znaczy aktualizacja jednych elementów treści i częściowa lub całkowita dezaktualizacja innych.

Kulturowy aspekt funkcjonowania tekstu został rozwinięty w późniejszych badaniach w zakresie lingwistyki kulturowej. Rosyjski językoznawca Jurij N. Karaułow (1987: 216) wprowadził pojęcie *tekstów precedensowych*. Teksty tego rodzaju (1) są kulturowo reprezentacyjne, to znaczy odwzorowują najistotniejsze cechy określonej wspólnoty kulturowej; (2) są znane większości przedstawicieli wspólnoty, czyli relewantne pod względem uzualnym; (3) mają charakter frekwencyjny, to znaczy są regularnie odtwarzane w dyskursach różnych typów (zob. też Krasnych 2003: 183). Tekst precedensowy ma charakter słowny, podczas gdy tekst kultury (jako kategoria semiotyki) stanowi manifestację różnych systemów znakowych, zarówno werbalnych, jak i niewerbalnych. Za przykład może posłużyć „miasto jako tekst kultury” (m.in. temat konferencji naukowej na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w 2015 roku).

Choć J.M. Łotman zwracał uwagę na funkcjonowanie tekstów w kontekście kultury, to jednocześnie tekst precedensowy (podobnie jak każdy inny tekst) sam jest kontekstem dla elementów mniejszego formatu, zwłaszcza jednostek leksykalnych jako form nominacji. W tym wypadku chodzi o kontekst szczególnego rodzaju – precedensowy, to znaczy zachowywany w pamięci kolektywnej i bardziej lub mniej regularnie odtwarzany w dyskursach w związku z omawianiem określonych zagadnień, zjawisk, stanów rzeczy. Sprawia to, że – okazjonalne

* aleksander.kiklewicz@uwm.edu.pl; ORCID: 0000-0002-6140-6368

w swej istocie – tekstowe interpretacje znaków na skutek precedencji zaczynają przenikać do innych dyskursów, a niekiedy ulegają generalizacji – wpływają na znaczenie ogólne (czyli słownikowe) jednostek leksykalnych.

W strukturze semantycznej tekstu precedensowego, podobnie jak w strukturze każdego tekstu, zachodzą dynamiczne relacje jednostki leksykalnej z jej otoczeniem. Problem znaczeń kontekstowych (omówiony zresztą w licznych publikacjach: Tokarski 1976; Przybyszewski 2009; Kiklewicz, Wilczewski 2010; Ciecierski 2011; Zarycki 2012; Buczkowska 2014, 2016; Dybiec-Gajer, Tereszkiwicz (red.) 2014; Krasowska i in. 2016), w szczególności zaś zjawisko *context shifting*, dotyczy wewnętrznego aspektu semantyki tekstowej, podczas gdy przedmiot niniejszego artykułu będzie jej aspekt zewnętrzny, czyli to, w jaki sposób tekst precedensowy wpływa na semantyczne użycie wyrazów w innych sytuacjach komunikacyjnych, a także to, jak się to odbija w słownictwie ogólnym. W kolejnych rozdziałach zostaną omówione trzy typy tego rodzaju procesów semantycznych. Materiał ilustracyjny został zaczerpnięty z różnych źródeł: literatury artystycznej, prasy, tekstów w Internecie, słowników.

1. Apelatywizacja

Zjawisko to dotyczy onimicznych jednostek leksykalnych (czyli nazw własnych), które ulegają swoistej transmutacji: choć w tekście precedensowym nazwa własna (pierwotnie) występuje w odniesieniu do określonego obiektu, to jednak za sprawą precedencji zaczyna (wtórnie) funkcjonować w innych dyskursach, a często także w języku ogólnym jako reprezentacja pojęcia, zwykle – jako reprezentacja cechy charakterystycznej, która przysługuje referentowi nazwy własnej w tekście precedensowym. Upojęciowienie onimów polega na tym, że – jak pisze Irina E. Ratnikowa (2003) – semantyka kulturowa przekształca się w semantykę językową. Jeden z najbardziej rozpowszechnionych przypadków to oparte na stereotypizacji użycie sygnifikacyjne nazw postaci z dzieł sztuki (zwłaszcza literatury i filmu). Mariusz Rutkowski (2007: 145) tłumaczy ten proces następująco:

Wyrazistość bohaterów dzieł kultury przekłada się w prosty sposób na wykrystalizowanie się wokół tych nazw-prototypów określonej wartości kategorialnej, stabilizującej się stopniowo w postaci znaczenia leksykalnego nowej jednostki.

Apelatywizacja ma różne stopnie nasilenia. Największy występuje wówczas, gdy zachodzi kompletna *deonimizacja*: wyraz zaczyna funkcjonować jako nazwa pojęcia (czy też klasy desygnatów, którym w świadomości użytkowników języka przysługuje wspólne pojęcie). Znajduje to odzwierciedlenie w ortografii – takie wyrazy, podobnie jak wszystkie nazwy pospolite, są pisane małą literą, por.:

- (1) judasz [jeden z dwunastu apostołów, który według Nowego Testamentu zdradził Chrystusa za trzydzieści srebrników] ‘człowiek fałszywy, podstępny, obłudny; zdrajca’;
- (2) donżuan [hiszp. Don Juan, legendarny bohater hiszpańskich romanc ludowych i teatru barokowego] ‘mężczyzna uwodzący kobiety w sposób niefrasobliwy, dla samej gry, zabawy, często zmieniający obiekt swoich zainteresowań’;

- (3) lowelas [ang. Lovelace, nazwisko bohatera powieści Samuela Richardsona *Clarissa*] ‘mężczyzna uwodzący kobiety; uwodziciel, kobieciarz’;
- (4) lolitka [ang. Lolita, imię tytułowej bohaterki powieści Władimira Nabokowa] ‘młodziutka, pociągająca dziewczyna, budząca zainteresowanie seksualne dorosłych mężczyzn’.

W sposób heurystyczny onim w użyciu podstawowym można zinterpretować: <nazywa się: *x*>, podczas gdy w użyciu wtórnym, metaforycznym: <taki jak ten, który w kontekście/sytuacji *S* nazywa się: *x*>. Jak widać, w tym drugim wypadku występuje zaimek przymiotnikowy *taki* jako wykładnik sygnifikacji (czyli upojęciowienia).

Najczęściej występują apelatywy deonimiczne utworzone na podstawie mitologii greckiej i rzymskiej. Można je napotkać także w najnowszych formach komunikacji internetowej, na przykład na stronach Twittera czy Instagramu. Na przykład hashtag #szyfy umożliwia dostęp do postów i mikroblogów nawiązujących do nieskutecznych działań, starań, z góry skazanych na niepowodzenie.

Deonimizacja może być niepełna czy też niedomknięta: mimo że wyraz (wtórnym i często równoległym z użyciem podstawowym) funkcjonuje w znaczeniu pojęciowym (niereferencyjnym), wciąż aktualny i żywy pozostaje jego związek ze źródłem – tekstem precedensowym. Wówczas wyraz jest zapisywany wielką literą albo ujmowany w cudzysłów. Tak funkcjonuje wyrażenie *doktor Judym* w tytule informacji dziennikarskiej¹:

- (5) *Doktor Judym* pracuje w Opalenicy.

W tekście dziennikarskim czytamy:

- (6) Stracił umowę z NFZ, lecz za pół darmo. W Opalenicy pracuje dentysta, Paweł Mioduszewski. Przyjechał do Wielkopolski 18 lat temu z Kazachstanu. Przychodnia, w której pracuje, od niedawna nie dostaje pieniędzy z funduszu. Mimo to, lekarz przyjmuje pacjentów. Jak mówi, spłaca dług wdzięczności wobec mieszkańców miejscowości. Uważa też, że jego pacjenci nie są zamożni i nie stać ich na luksus: to przeważnie emeryci, renciści i członkowie rodzin wielodzietnych. Właśnie z ich powodu dentysta nie zrezygnował z własnej praktyki i ustalił cennik dostępny dla każdego. Stawki sam określił jako symboliczne i skonstruowane tak, by jedynie zwracały koszty prowadzenia gabinetu.

Zarówno tytuł, jak i treść artykułu nawiązują do Tomasza Judyma – głównego bohatera powieści Stefana Żeromskiego *Ludzie bezdomni*. Nazwa własna eksponuje tu takie cechy, jak dobroczynność, filantropia, hojność itp., choć jednocześnie odsyła do źródła literackiego, a więc przytoczony tytuł należy zinterpretować: ‘W Opalenicy pracuje osoba społeczna, altruistyczna, podobna do doktora Judyma z powieści Żeromskiego’.

¹ <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Doktor-Judym-pracuje-w-Opalenicy-3175793.html> (dostęp: 21 września 2019) (we wszystkich cytatach zachowano oryginalną pisownię i interpunkcję).

Opisywany tu proces semideonimizacji (jak można by go określić) mniej więcej regularnie realizuje się w konstrukcjach językowych typu [N + grupa wyrazowa „naszych czasów”]²:

- (7) Hamlet naszych czasów.
- (8) Otello naszych czasów.
- (9) Prometeusz naszych czasów.
- (10) Konrad Wallenrod naszych czasów.
- (11) Faust naszych czasów.
- (12) Król Midas naszych czasów.
- (13) Lady Makbet naszych czasów.

Na przykład ostatnie wyrażenie nawiązuje do postaci z dramatu Williama Szekspira. W użyciu sekundarnym funkcjonuje ono jako symbol okrutnej, wyrachowanej, demonicznej kobiety (to samo znaczenie występuje w tytule opowiadania Nikołaja S. Leskowa *Powiatowa lady Makbet* z 1864 roku).

Istotnym elementem konstrukcji tego typu jest zaimek *nasz* (w grupie wyrazowej *naszych czasów*). W ten sposób adresatowi komunikatu daje się do zrozumienia, że nazwy własnej używa się niedosłownie, choć jej nowe znaczenie może zostać odczytane przez odwołanie się do źródłowego tekstu precedensowego. Konstrukcje z zaimkiem *nasz* tworzą pewnego rodzaju klasę dystrybucyjną (i jednocześnie stanowią pole popisowywania się kreatywnością językową):

- (14) Afrodyta naszych czasów.
- (15) Afrodyta naszego podwórka.
- (16) Odyseusz naszego czasu.
- (17) Prometeusz naszego wieku.
- (18) Prometeusz naszej klasy.
- (19) Prometeusz naszej sceny politycznej.
- (20) Prometeusz naszej oferty.
- (21) Hamlet naszego pokolenia.
- (22) Edyp naszej publicystyki.
- (23) Prawdziwy cerber naszej szkoły.
- (24) Midas naszej ery.

Jako inny wykładnik semideonimizacji w praktyce językowej funkcjonuje zaimek *taki*, o którym już była mowa wyżej. W połączeniu z nazwą własną eksponuje on sygnifikacyjny charakter jej użycia, jak w przytoczonych niżej ilustracjach:

- (25) W dzisiejszych czasach przydałby się *taki* Wołodyjowski.
- (26) I *taki* Syzyf z mozołem pokrywał właśnie białą farbą „Marksa”.
- (27) I ja jestem trochę *taki* Oblomow: po co ten pośpiech, jutro, nie dziś...

² Jeśli nie zaznaczono inaczej, przykłady pochodzą z wyszukiwarki internetowej www.google.pl.

- (28) Piotr Wójcik Szpilka, z Ciebie *taki* Kmicic, jak z kozich cycków kastaniety.
- (29) W sumie doszedłem do wniosku, że Komorowski to *taki* Kubuś Puchatek polskiej sceny politycznej.
- (30) Bohaterka tej książki to trochę *taka* Ania z Zielonego Wzgórza w wersji dla dorosłych.

Najmniejszy stopień apelatywizacji występuje w wypadku *aluzji i reminiscencji*, gdy nazwa własna zachowuje swój pierwotny status, ale jej użyciu towarzyszą konotacje uwarunkowane wcześniejszą obecnością nazwy w tekście precedensowym. Za przykład może posłużyć *Frankenstein* jako nazwa singla brytyjskiego zespołu rockowego Editors, która nawiązuje do nazwy i jednocześnie głównej postaci znanej powieści Mary Shelley. Drugi przykład to *Eliza Doolittle* – pseudonim artystyczny angielskiej piosenkarki i autorki tekstów Elizy Sophie Caird, który nawiązuje do głównej postaci dramatu George’a Bernarda Shawa *Pigmalion* z 1913 roku.

2. Egzemplifikacja

Egzemplifikacja jest to odwrotny (w porównaniu z poprzednim) proces, gdy znaczenie wyrazu zostaje skonkretyzowane przez odniesienie do prototypowego egzemplarza pewnej klasy desygnatów, przyporządkowanej pojęciu leksykalnemu. M. Rutkowski (2007: 239) w związku z tym pisze, że występujący w tekście kultury desygnat nazwy własnej funkcjonuje jako kulturowy „utrwalacz”, z jednej strony – stabilizujący określone wyobrażenie, z drugiej zaś strony – nadający mu konkretny wymiar. Odwołanie się do prototypu kategorii pojęciowej, jak pisze Jolanta Maćkiewicz (1999: 54), przynosi konkretne korzyści:

Prototypowy obiekt odznacza się wyrazistością poznawczą, największą kontrastowością w stosunku do obiektów innych klas i dużą częstością występowania. Wybór prototypu informuje o ważności prototypowego obiektu w świadomości ludzkiej, co może wiązać się z otaczającym człowieka typem środowiska [...].

Odniesienie do prototypu realizuje się w postaci konotacji uzupełniającej znaczenie podstawowe. Konotacja ta może wносить do treści jednostki leksykalnej elementy semantyki wartościującej, a także (w następstwie) modyfikować funkcję pragmatyczną wypowiedzi.

Zjawisko to można zilustrować przykładem z zakresu komunikacji marketingowej. Na witrynie Booking.com³ jest zamieszczona informacja o gospodarstwie agroturystycznym „U Rzepki”:

- (31) Obiekt *U Rzepki* położony jest w Kurowie, w odległości 20 km od Żywca. Oferuje on *ogród* i bezpłatne WiFi. Wszystkie pokoje dysponują balkonem z widokiem na *ogród*.

Zestawienie wyrazów *rzepka* i *ogród* w świadomości kulturowo kompetentnych odbiorców nawiązuje do wiersza (dla dzieci) Juliana Tuwima *Rzepka*:

- (32) Zasadził dziadek *rzepkę* w ogrodzie...

3 <https://www.booking.com/hotel/pl/u-rzepki.pl.html> (dostęp: 4 sierpnia 2019).

Aluzja ta, jeśli zostanie poprawnie odebrana, służy zmodyfikowanej prezentacji tekstu: dzięki niej nie mamy już do czynienia z suchą „informacją o obiekcie” – intertekstualność sprawia, że pojawiają się elementy gry słownej i humoru. Autor tekstu jedynie sugeruje apelację do tekstu J. Tuwima – tym samym jak gdyby wciąga adresata do wspólnej zabawy. Daje w ten sposób do zrozumienia, że jego postawa względem adresata jest oparta na wzajemności, co wpływa na funkcję pragmatyczną całej wypowiedzi: nie jest to już tylko suche, oficjalne informowanie, lecz ponadto sprawianie przyjemności.

W semantyce kognitywnej zakłada się przeważnie doświadczeniowy charakter prototypów kategorii pojęciowych (Lakoff 1984, 1987), jednak duży wpływ na te procesy wywierają też teksty precedensowe. Nazwy własne występują jako prototypowe egzemplarze wielu kategorii pojęciowych w zakresie postaw społecznych, na przykład:

- (33) kołtuństwo, mieszczaństwo, fałsz, obłuda, życie na pokaz > Dulaska;
- (34) zazdrość > Otello;
- (35) nieskuteczność > Syzyf;
- (36) idealizm > Ikar.

W działalności językowej znajduje to wyraz w zjawisku *ko o k u r e n c j i*: refleksji na temat kategorii pojęciowej towarzyszy odwołanie się do jej prototypu – nazwy własnej, a w konsekwencji także do źródłowego tekstu precedensowego i zawartej w nim specyfikacji pojęcia. Jest to zjawisko charakterystyczne choćby dla gatunku wypracowań szkolnych, w których wymaga się, żeby argumenty zostały oparte na przykładach z literatury klasycznej. Oto jeden z takich tekstów, na temat „Działanie czy kontemplowanie świata?”⁴:

- (37) Działanie czy kontemplowanie świata? Trudno jest w dzisiejszych czasach odpowiedzieć na owe pytanie. Myślę, że zawsze przychodzi taki moment, w którym możemy i chcemy zrobić coś dobrego dla świata (mimo, że często nasze działania to przysłowiowa „kropla w morzu”). [...] Literatura zawiera wiele przykładów altruizmu, którego brakuje w obecnych czasach. Postawy bohaterów w niezliczonych ilościach opowiadań, powieści, dramatów są godne naśladowania. Już w mitologii greckiej możemy odnaleźć pierwsze altruistyczne postawy. Najprostszym przykładem jest mit o *Prometeuszu*, który postanowił zaludnić ziemię. Aby to uczynić, stworzył człowieka z lez i gliny, oraz dał mu duszę z ognia niebieskiego, skradzionego z rydwanu Heliosa. Widział jednak, że człowiek jest słabym stworzeniem, więc ukraść bogom ogień, by obdarować nim swoich podopiecznych.

Omawiając pojęcie altruizmu, autor przytoczonego tekstu odwołuje się do greckiej mitologii i w szczególności do jednej z jej najbardziej znanych postaci – Prometeusza. Wiedza o literaturze, jak widzimy, może pełnić w dyskursie ważną funkcję: przez odwołanie się do słynnych postaci literackich (jako prototypów kategorii semantycznych) stwarza się efekt polifonii semantycznej, polegającej na przekazie informacji zarówno na poziomie pojęć wyabstrahowanych

4 https://sciaga.pl/tekst/23148-24-dzialanie_czy_kontemplowanie_swiatea (dostęp: 22 września 2019).

(*działanie, kontemplacja, altruizm, postawa społeczna* i in.), jak i na poziomie ich egzemplifikacji – przez przywołanie „historii” zawartych w tekstach precedensowych. Ten drugi moduł informacji semantycznej umożliwia nadawcy oddziaływanie na emocje adresata.

Ponieważ każda wspólnota kulturowa dysponuje własnym zespołem prototypowych egzemplarzy kategorii pojęciowych, we współczesnych programach kształcenia językowego, zwłaszcza jeśli chodzi o języki obce, uwzględnia się też czynnik kulturowy. Za taki czynnik w „Europejskim systemie opisu kształcenia językowego” uznaje się między innymi „znajomość elementów związanych z tożsamością narodową lub kulturową” (Coste i in. 2003: 139) – jednym z takich elementów jest kanon tekstów precedensowych i zawartych w nich symboli.

3. Reinterpretacja (aksjologiczna)

Reinterpretacja aksjologiczna to modyfikacja, zwykle zawężenie znaczenia leksykalnego w języku ogólnym lub w określonych typach dyskursów pod wpływem użycia wyrazu w tekstach precedensowych. Często procesowi temu towarzyszy także nacechowanie aksjologiczne znaku, nieobecne w jego użyciu podstawowym. Innymi słowy, pod wpływem kontekstów precedensowych zachodzi wyspecjalizowanie znaczenia, a jednocześnie ukierunkowane wyprofilowanie zakresu jego odniesienia.

Przytoczę kilka przykładów tak rozumianej reinterpretacji semantycznej. Pierwszy z nich to rzeczownik *fundamentalizm*, którego używa się w znaczeniu ‘dosłowna wierność doktrynie, zwłaszcza religijnej lub politycznej, objawiająca się rygorystycznym, bezkrytycznym, często fanatycznym przestrzeganiem jej zasad’ (USJP, A–J: 953). Negatywne zabarwienie tego wyrazu (na które w definicji słownikowej wskazują przymiotniki *rygorystyczny, bezkrytyczny, fanatyczny*) nie wynika z jego historii słowotwórczej: pochodzi on od neutralnego pod względem wartościującym tematu *fundament*. Istnieje także sprzeczność semantyczna między negatywnie nacechowanym rzeczownikiem *fundamentalizm* a pozytywnie nacechowanym przymiotnikiem *fundamentalny*: ten drugi ma znaczenie ‘zasadniczy, podstawowy, główny’, a w dyskursach naukowych dodatkowo: ‘solidny, gruntowny, pokaźny’ (więcej o tym zob.: Kiklewicz, w druku).

Terminu *fundamentalizm* w znaczeniu wartościującym zaczęto używać w końcu XIX i na początku XX wieku w Stanach Zjednoczonych – w środowisku protestantyzmu. Miał on wówczas zabarwienie pozytywne i oznaczał przestrzeganie zasad (czyli fundamentów) chrześcijańskich zgodnie z Biblią oraz niedopuszczalność ich krytyki lub liberalnej interpretacji. Rozpowszechnieniu idei fundamentalizmu sprzyjała publikacja serii (dokładnie 90) esejów *The fundamentals. A testimony to the truth*, opublikowanych w latach 1910–1915 przez Testimony Publishing Company w Chicago.

W obszarze liberalizmu, zwłaszcza w liberalnych mediach masowych, w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku rozpowszechniło się użycie *fundamentalizmu* z konotacją pejoratywną. Wyjaśniając rewolucję irańską z 1979 roku oraz ideologię Ajatollaha Chomeiniego zachodnim odbiorcom, dziennikarze określili ją jako „fundamentalistyczną wersję islamu” – przez analogię z chrześcijańskim ruchem fundamentalistycznym z początku XX wieku w USA. Dziś – pod wpływem liberalnych dyskursów publicystycznych – w krajach

europjskich, a takżę w Ameryce Północnej rzeczownik *fundamentalizm* budzi przeważnie skojarzenia negatywne.

Podobnie jest takżę z *perswazją*, która – z jednej strony – jest równoważna z nadaniem komunikatu w celu skłonienia adresata do pożądanę reakcji. W USJP (P-Ś: 99) znajdujemy taką jej definicję: ‘tłumaczenie komuś czegoś, namawianie lub odradzanie z przytoczeniem argumentów popierających słuszność zdania, przekonywanie kogoś o czymś’. Krzysztof Szymanek (2008: 228) z kolei definiuje perswazję w następujący sposób:

świadome użycie znaków i symboli, a zwłaszcza pisanego i mówionego słowa, obrazu itp. w celu wywarcia wpływu na czyjeś przekonania, postawy i decyzje: zdobycia czyjejs akceptacji dla proponowanych poglądów, sposobu zachowania, decyzji.

W ostatnich dziesięcioleciach w dyskursach publicznych perswazja coraz bardziej kojarzy się z wywieraniem niepożądanę wpływu na innych ludzi, czyli negatywnie. Wynika to z faktu, że w wielu sytuacjach nakłonienie adresata do proponowanych poglądów, postaw i decyzji kłóci się z zasadami komunikacji kooperacyjnej. Jak pisze Marek Tokarz (2006: 196), „perswazja jest podejmowana w tym właśnie celu, aby zmienić zastaną sytuację w zaplanowanym z góry, dogodnym dla nadawcy kierunku”. W taki (negatywny) sposób perswazja jest odbierana w wielu wypowiedziach⁵:

- (38) Sofistyka, *perswazja*, nowomowa, propaganda, czyli mowa jako narzędzie władzy.
- (39) Siłę *perswazji* pokazał mi mój ojciec, który potrafiłby sprzedać talibom krem do golenia.
- (40) W Polsce nie cieszy się dobrą sławą ze względu na to, że techniki manipulacyjne, *perswazyjne* i hipnotyczne są wykorzystywane przez wielu ludzi, którzy wywietrzyli w tym łatwą kasę.
- (41) Oburzenie budzą również szkolenia w manipulacji i *perswazji*, głównie w sprzedaży.
- (42) Reklama ma być dialogiem z odbiorcą a nie nachalną *perswazją* graniczącą z propagandą.
- (43) Wredna i beczelna *perswazja*!
- (44) Niestety wielu katolickich dziennikarzy posługuje się agresywną *perswazją*.

Za źródła takiej nadinterpretacji można uważać dzieła literatury i filmu. Anthony Pratkanis i Elliot Aronson (2008: 303) powołują się na powieść Sinclaira Lewisa *Elmer Gantry* (1927), w której opowiada się historię obłudnego kaznodziei wygłaszającego efektowne kazania, hipnotyzujące wiernych. W naszym kręgu kulturowym bardziej jest znany inny tekst precedensowy – powieść George’a Orwella *Rok 1984*: jest w niej opisywane totalitarne państwo, które z powodzeniem wykorzystuje techniki perswazyjne. W jednej z recenzji o książce Orwella można przeczytać: „Ta siatka kombinacji, roszczeń, fałszywie pojętych perswazji oplata obywatela, który tonie w tym bagnie”⁶. Jak widzimy, *perswazja* jest tu rozpatrywana w negatywnym ciągu skojarzeniowym: *siatka kombinacji – roszczenia – fałsz – oplatać – tonąć w bagnie*.

⁵ Przykłady pochodzą z NKJP.

⁶ <https://katarzynamalec.blogspot.com/2011/07/rok-1984-george-orwell.html> (dostęp: 10 sierpnia 2019).

Z najnowszych źródeł można wymienić powieść Doroty Masłowskiej *Wojna polsko-ruska pod flagą białą-czerwoną* (2002), a także (przetłumaczoną na język polski) powieść Wiktora Pielewina *Generation P* (1999), w których jest ukazywany panujący w krajach postkomunistycznych i oparty na perswazji „totalitaryzm telewizyjno-konsumpcyjny” (określenie z recenzji na blogu⁷). Za precedensowy należy też uznać amerykański serial telewizyjny *House of Cards* (transmitowany w Polsce od 2013 roku), w którym zdradza się kulisy świata polityki: o wizerunku polityka stanowi tu protekcjonalizm i egocentryzm, a perswazja jest powszechnie wykorzystywana do pokonania rywali politycznych.

Jeśli jednak wyjść poza krąg obszaru komunikacji politycznej, zwłaszcza totalitarnej, pojęcie *perswazji* będziemy traktowali neutralnie: pożądaný lub niepożądaný wpływ na inną osobę zasadniczo nie jest złem. Jak piszą A. Pratkanis i E. Aronson (2008: 304), „wiele dziedzin zawodowych wymaga zaawansowanych umiejętności perswazyjnych – nie tylko marketing, prawo i polityka, ale także medycyna, nauka czy dydaktyka”. W pewnych sytuacjach oddziaływanie perswazyjne zdaje się nawet konieczne – na przykład gdy chodzi o komunikację z dzieckiem (por. kołysanki jako typowy gatunek perswazyjny), flirt, psychoterapię czy pracę zawodowego negocjatora policyjnego. W związku z tym w literaturze można przeczytać:

Generalnie można się zgodzić, że [w procesie perswazji – A.K.] należy unikać świadomego rozpowszechniania fałszywych informacji, ukrywania faktów, posługiwania się bałamutnym rozumowaniem i fałszywego grania na emocjach. Jednak i to podejście rodzi pewne problemy. Co począć z niewinnym kłamstwem, z którym mamy do czynienia, gdy ktoś kłamie, aby niepotrzebnie nie ranić czyichś uczuć (Pratkanis, Aronson 2008: 305).

K. Szymanek (2008: 234) pisze, że w sytuacjach, gdy istnieje zagrożenie życia, zdrowia, bezpieczeństwa innych ludzi, uzasadniona jest perswazja wywołująca strach. Przykładem takiej argumentacji, według K. Szymanka, „jest nakłanianie ludzi do rzucenia palenia za pomocą grożenia jaskrawo przedstawionymi konsekwencjami tego nałogu”. Za inny przykład służą sytuacje, w których wywołuje się lęk o ważne dla adresata osoby.

We współczesnych dyskursach publicznych reinterpretacji ulega także wyrażenie *public relations*, czyli w skrócie PR. Paradoks negatywnego wartościowania PR (przykłady zostaną przytoczone dalej) polega na tym, że w założeniu jest to pojęcie neutralne, a gdyby już doszukiwać się w nim elementów wartościowania, są to elementy pozytywne. Wynika to z definicji PR:

Public relations to sztuka i potrzeba prowadzenia uczciwej rozmowy – bez zakamuflowanych intencji i manipulacji, to dialog w poszukiwaniu zrozumiałych racji i argumentów. Jeśli w trakcie dyskusji okaże się, że poglądy jednej strony nie są tak racjonalne jak drugiej, skłonni jesteśmy przyznać rację i nie unikamy wspólnego szukania dróg kompromisu. Ta sztuka wymaga cnoty skromności i dużej wiedzy o społeczeństwie, jego zachowaniach, świadomości, celach i statusie materialnym. Dzięki temu podejściu okazujemy szacunek środowisku i ludziom, z którymi

7 <https://www.biblionetka.pl/art.aspx?id=40846> (dostęp: 25 września 2019).

rozmawiamy, otoczeniu, które nas interesuje, tym, których chcemy zainteresować sobą (Olędzki, Tworzydło (red.) 2006: 17).

Public relations – zarządzanie procesami komunikacyjnymi między organizacją i osobami a ich grupami odniesienia przez świadome, celowe i systematyczne kształtowanie tych procesów (Wojcik 1997: 16).

Takiej koncepcji PR broni także Grzegorz Szczepański, szef Związku Firm Public Relations (ZFPR) oraz prezes agencji Hill+Knowlton Strategies Polska. W wywiadzie dla tygodnika „Polityka” (28/2019) mówi⁸:

Public relations dosłownie oznacza relacje publiczne, ale w ciągu ostatnich lat ta definicja przesunęła się w kierunku komunikacji, choć moim zdaniem zarządzanie procesem informacyjnym to tylko znikoma część PR. To sztuka kształtowania opartych na wzajemnym szacunku i prawdzie obustronnie korzystnych relacji pomiędzy podmiotami funkcjonującymi w systemie społeczno-gospodarczym. Budowanie, rozwijanie i podtrzymywanie tych relacji oraz wykorzystywanie ich będzie zawsze procesem PR.

Uzyskanie korzyści dla nadawcy, zmiany postaw klientów czy uzyskanie ich akceptacji dla danej instytucji stanowią perswazyjny czy też motywacyjny aspekt PR, ale cele te jeszcze nie opisują wyczerpująco tego zjawiska: równie ważny jest informacyjny aspekt PR, to znaczy mobilne i rzetelne przekazywanie do otoczenia informacji, co do której należy zachować zasady bezstronności i odpowiedzialności.

Mimo to w społeczeństwie utrzymało się przekonanie, że PR (traktowane właśnie jako *piar*) to kolejna forma nieuczciwej manipulacji, kreowanie opinii publicznej na rzecz partii politycznych, korporacji przemysłowych i finansowych, grup interesu itd. W związku z tym rozpowszechniły się pojęcia: *marketingowe PR*, a szczególnie *czarny PR* – jako odpowiednik ang. *media spinning*. *Czarny PR* polega na „świadomym, zaplanowanym działaniu informacyjnym na szkodę innego podmiotu (instytucji, organizacji, narodu lub indywidualnego człowieka)” (Olędzki, Tworzydło (red.) 2006: 31). O tym, że zjawisko *czarnego PR* przybrało masowy charakter, świadczą przykłady z różnego typu dyskursów⁹:

- (45) IPN to jedna z najdziwniejszych instytucji w Polsce. Zwłaszcza „*piar*” ma zadziwiający. Chwali się wyłącznie wtedy, kiedy ma szansę komuś dokopać.
- (46) Prasę nazwano czwartą władzą, teraz piątą należałoby nazwać negatywny *piar*, który rujnuje firmy i miażdży konkurencję, nierzadko wykorzystując do tego celu media.
- (47) Czyli mniej metaforycznie: nie jest to dziś miasto nadzwyczajnie atrakcyjne. I zawsze mu towarzyszył *czarny piar*.

8 A. Grzeszak, *Piar dobry i zły. Rozmowa z Grzegorzem Szczepańskim*, „Polityka” 2019, nr 28, s. 42.

9 Przykłady pochodzą z NKJP.

- (48) Może uda się odwrócić ów *czarny piar* z książkami jako odtrutką.
- (49) W sumie *piar* jawi się jak mroczna otchłań, w której rządzą demoniczni czarownicy, dowolnie manipulujący ogłupiałymi masami.
- (50) Uprawiają *czarny PR* dla przygłupów.
- (51) Dzwoni i atakuje. Teza Druhny jest prosta: kopię pod nią dołki, robię jej *czarny PR*.
- (52) GW z onetem robią *czarny PR* dla naszej klasy.
- (53) Stosuje Pan *czarny PR*, Panie Ryszardzie?
- (54) Spadkobiercy Goebelsa... czyli *piar*, demagogia, kłamstwo, oszustwo...

Jerzy Olędzki i Dariusz Tworzydło we wstępie do książki pod swoją redakcją (2006: 17) piszą, że „na współczesny kształt public relations w Polsce mają wpływ przede wszystkim specjaliści od marketingu, dla których PR jest tylko narzędziem promocji”, choć sprowadzenie PR do perspektywy biznesowej nie odpowiada istocie tego zjawiska: znaczenie PR polega na poszukiwaniu skutecznych dróg porozumiewania się z konsumentem, czyli ma charakter strategiczny. Badacze ci dowodzą, że do negatywnego wartościowania PR szczególnie przyczyniły się kampanie wyborcze z 2005 roku, w których nadużywano tego pojęcia „tylko po to, by zdyskredytować poziom warsztatu i technik promocyjnych konkurencji” (Olędzki, Tworzydło (red.) 2006: 17).

Zakończenie

Aleksandr M. Pieszkowski (1959: 93) pisał o dwóch wymiarach znaczenia: istnieje psychicznie realny obraz, odpowiadający wypowiedzeniu odrębnego wyrazu, jak również ten, który powstaje, gdy łączy się on z innymi wyrazami. Pierwsze znaczenie – uważał A.M. Pieszkowski – ma charakter podstawowy, substratowy, podczas gdy drugie stanowi jego modyfikacje w kontekście. Z przeprowadzonych w tym artykule rozważań wynika, że istnieją też modyfikacje drugiego rzędu: częstość, z jaką wypowiadamy pewne kolokacje w tekście precedensowym, wpływa na znaczenie znaku w innych dyskursach (poza tekstem precedensowym), a czasem także w języku ogólnym. Konteksty precedensowe przyczyniają się do tego, jaki charakter ma właściwa danej wspólnocie konceptualizacja doświadczeń.

W pewnym sensie zjawisko to potwierdza tezę o determinizmie językowym, choć tu nie chodzi o wpływ języka na poznanie, lecz o wpływ działalności językowej i tekstów jako jej produktów na kulturowy obraz świata (czyli to, co ludzie wiedzą zgodnie z tym, co wiedzą inni). Relacja między pierwszym a drugim ma charakter ambiwalentny: z jednej strony, wykorzystywane w komunikacji (a więc w określonym kontekście, czyli z uwzględnieniem kolokacji) formy językowe służą reprezentacji pojęć i sądów; z drugiej strony, za sprawą precedencji okazjonalnie przyporządkowane znakom treści zaczynają objawiać się w innych kontekstach, a w określonych warunkach ulegają konwencjonalizacji i standaryzacji. Jak widzimy, funkcja kreacyjna działalności językowej (heurystyczna w ujęciu Edwarda Sapira) stanowi uzupełnienie jej funkcji reprezentacyjnej.

Janina Buczkowska (2016: 6) pisze: „Z pozycji kontekstualizmu kwestionowana jest autonomia semantyki, a szczególnie jej wystarczalność dla determinowania znaczeń użytych

w wypowiedziach wyrażeni”. Zgadając się z tym twierdzeniem, można by jednak dodać: konteksty precedensowe determinują znaczenia jednostek leksykalnych nie tylko w obrębie kontekstu, lecz także poza jego granicami, czyli funkcjonują jako konteksty kontekstów.

Bibliografia

- Buczowska J. 2014: *Znaczenie wyrażenia a sens wypowiedzi. Semantyczne i pragmatyczne składniki komunikacji*, „Studia Philosophiae Christianae”, nr 50(2), s. 25–45.
- Buczowska J. 2016: *Znaczenie językowe i kontekst z perspektywy kontekstualizmu i minimalizmu semantycznego*, „Studia Philosophiae Christianae”, nr 52(2), s. 5–30.
- Cieciński T. 2011: *Zależność kontekstowa. Wprowadzenie do problematyki*, Ośrodek Badań Filozoficznych, Warszawa.
- Coste D., North B., Sheils J., Trim J. 2003: *Europejski system opisu kształcenia językowego: uczenie się, nauczanie, ocenianie*, przeł. W. Martyniuk, Centralny Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli, Warszawa.
- Dybiec-Gajer J., Tereskiewicz A. (red.) 2014: *Słowo – kontekst – przekład*, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium”, Kraków.
- Górny H. 2013: *Nazwy własne w piśmiennictwie pamiętnikarskim XIX wieku. Perspektywa funkcjonalno-tekstologiczna*, Lexis, Kraków.
- Karaulow J.N. 1987: *Russkij jazyk i jazykowaja licznost'*, Moskwa.
- Kikiewicz A. (w druku): *O zjawisku nadinterpretacji semantycznej (na przykładzie komunikacji w mediach)*.
- Kikiewicz A., Wilczewski M. 2010: *Innowacje semantyczne w języku polityki. „Miłość” w dyskursie publicystycznym*, „Język Polski” XC, z. 3, s. 167–175.
- Krasnych W. 2003: *„Swoj” sriedi „czużych”: mir ili rialnost'?*, Moskwa.
- Krasowska A. 2016: *Dowcip polisemiczny a kontekst*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” LXXII, s. 249–259.
- Lakoff G. 1984: *Classifiers as a reflection of mind. A cognitive model approach to prototype theory*, University of California, Berkeley.
- Lakoff G. 1987: *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*, University of Chicago Press, Chicago–London.
- Łotman J.M. 1981: *Siemiotika kultury i poniatije teksta*, „Trudy po znakovym sistemam”, nr 12, s. 3–7.
- Maćkiewicz J. 1999: *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Językowy obraz świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 47–55.
- NKJP: Narodowy Korpus Języka Polskiego (online: <http://nkjp.pl/>), dostęp: 22 września 2019).
- Ołędzki J., Tworzydło D. (red.) 2006: *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Pieszkowski A.M. 1959: *Izbrannyje trudy*, Moskwa.
- Pratkanis A., Aronson E. 2008: *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Przybyszewski S. 2009: *Kilka uwag o roli kontekstu w komunikacji*, „Prace Językoznawcze”, nr 11, s. 179–189.
- Ratnikowa I.E. 2003: *Imia sobstwiennoj: ot kulturnoj siemantiki k jazykowej*, Mińsk.
- Rutkowski M. 2007: *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii. Proces deonimizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn.
- Rygielska M. 2015: *O „tekście kultury”*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej”, nr 1(22), s. 27–43.
- Sztompka P. 2010: *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Warszawa.
- Szymanek K. 2008: *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Tokarski R. 1976: *Kontekst semantyczny a znaczenie wyrazu homonimicznego: na przykładzie wyrazu „pokój”*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio F, Humaniora”, nr 31, s. 371–384.
- Tokarz M. 2006: *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- USJP: *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 1–6, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Wojcik K. 1997: *Public relations od A do Z*, t. 1–2, Placet, Warszawa.
- Zarycki T. 2012: *Poszerzając kontekst: ku krytycznej socjologii językoznawstwa*, „Studia Socjologiczne”, nr 204(1), s. 57–73.
- Żółkiewski S. 1988: *Teksty kultury. Studia*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.

Summary

The meaning of a lexical unit and a precedent text

Keywords: semantics, context, text of culture, precedent text, appellativization, deonymization, exemplification, reinterpretation, evaluation.

The topic of this article is the processes of modification of lexical meaning due to the use of words in precedent texts (as texts of culture). The author adopted the concept of precedent texts from J.N. Karaulov, the author of the concept of cultural semantics. Therefore, three types of processes are considered: appellativization, exemplification and reinterpretation. The first process is implemented in the form of deonymization, which has various degrees of severity: one maximal in the event of loss of the proper name status, one minimal in the event of allusions and reminiscences. The exemplification of the general concepts has an impact on the addressee's emotions and also affects the pragmatic function of the sentence. Reinterpretation consists in narrowing the lexical concept, which is additionally associated with axiological meaning of the word.