

## RETORYKA W ODMIANACH DZIENNIKARSTWA

Barbara Bogołębska\*

### Retoryczne zabiegi w tematycznych odmianach dziennikarstwa prasowego

#### Wstęp

Retoryka medialna (mediów i w mediach), a w szczególności prasowa, to ważny element sztuki komunikowania publicznego, posługujący się bogatym instrumentarium, który obejmuje zwłaszcza wymiar inwencyjny i elokucyjny (z charakterystycznym językiem „świadomym”, „sfunkcjonalizowanym”<sup>1</sup>). Ta cecha przekazów medialnych nie tylko uwidacznia się w zretoryzowanych gatunkach, ale w ogóle w oddziaływaniu na odbiorcę, przyjmowaniu określonych strategii retorycznych (perswadowania), np. dziennikarstwo polityczne a patos; zalecanie i odradzanie towarzyszące dziennikarstwu kulturalnemu i poradnikowemu. Ocenę skuteczności tych tekstów wypracowała krytyka retoryczna.

Zbiór istniejących w sferze publicznej, na skrzyżowaniu tradycyjnych działań dyskursów, wypowiedzi, przekazów, praktyk komunikacyjnych i uprawianych w nich typów dziennikarstwa, można dzielić nie tylko według kryteriów medialnych, ale i tematycznych. Podziały tematyczne dziennikarstwa rzutują na odmiany gatunkowe (np. reportaż podróżniczy, felieton polityczny), ale kwestia ta nie będzie przedmiotem rozważań. Podobnie jak retoryka wizualna.

Przykłady retoryki medium prasowego<sup>2</sup> zaczerpnięte zostały z pism opinio-twórczych (ogólnopolskich i lokalnych gazet i czasopism), w których perswazja jest adresowana do wszystkich czytelników, nie zaś grupy specjalistów. Są to tytuły prezentujące profesjonalne i jakościowe dziennikarstwo, zmuszające czytelników

---

\* Prof. dr hab., e-mail: bogo@o2.pl; Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej; 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173.

<sup>1</sup> Określenie J. Bralczyka: *Słowo wstępne*, [w:] *Retoryka mediów, retoryka w mediach*, red. M. Marcjanik, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2012, s. 9–10.

<sup>2</sup> Czy retoryki w tym medium – zob. tamże.

do myślenia. Spotykają się w nich różne odmiany tematyczne dziennikarstwa, próbujące z jednej strony zainteresować odbiorców, ale też uprzystępnąć trudne tematy i uczynić je nieco łatwiejszymi w odbiorze, choć bez zbytnich uproszczeń. Dyskursy tekstowe – teksty i interteksty – łączą się i krzyżują, wchodząc we wzajemne relacje.

\*

W tekstach reprezentujących **dziennikarstwo sportowe** cechą wyróżniającą jest próba oddania dramatyzmu rozgrywek, jak np. sekwencji zdarzeń w mundialowym meczu:

Do końca meczu z Hiszpanami było dziewięć minut, rywale prowadzili 22:18. [...] Biało-czerwoni raz jeszcze zerwali się do boju. [...] Zawodnicy byli potwornie zmęczeni, każda akcja była dla nich wielkim wysiłkiem. [...] 33 sekundy przed końcem [...] Kamil Syprzak [...] pokonał hiszpańskiego bramkarza, wyprowadzając biało-czerwonych na prowadzenie 29:28<sup>3</sup>.

Wojciech Kuczok jest autorem cotygodniowych felietonów sportowych z cyklu o znamienym tytule: *Błog, czyli notatnik szczęśliwego kibica*. Jeden z nich<sup>4</sup> oparty jest na pomysłach przeglądu zagranicznych wydarzeń sportowych *à rebours* (z powtarzającą się 5-krotnie formułą: „nie napiszę o tym...”, w jednym przypadku z uzasadnieniem – dlatego, np. po pierwsze..., po drugie...). Przejście do tematu właściwego sygnalizują słowa: „Napiszę zatem o...”. Zwraca też uwagę specyficzna metaforyka kibica-pisarza: „niesforność sznurowadeł”, „o befsztyku tatarskim, na jaki usiekli i wyklepali Real Madryt piłkarze Atletico”, „buzują masowe emocje”, „za linią boczną kłębią się wielkie uczucia”, „późniejsi futbolowi mesjasze”, „czujne oko skauta łypie w poszukiwaniu perełki”.

Charakterystyczne dla **dziennikarstwa podróżniczego**, które jest doświadczeniem świata w drodze, jest zachęcanie do wyjazdu w określony region, wskazywanie zalet propagowanych miejsc, np. w Norwegii: „Ceny wcale nie są takie wysokie”, „Jedzenie – i to jakie!”, „musicie zatrzymać się na noc w hotelu ze śniegu”, „skorzystajcie z możliwości powożenia zaprzęgiem. Same psy są niesamowite”, „możecie spróbować renifera (pycha)”<sup>5</sup>.

Miesięcznik podróżniczy „Traveler”<sup>6</sup> dostarcza licznych przykładów rekomendacji fascynujących i zaskakujących kierunków turystycznych, typu: „Nie

<sup>3</sup> P. Rozpara, A. Małachowski, *Znów horror! Brząz w naszych rękach*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 2.02, s. 20–21.

<sup>4</sup> W. Kuczok, *Niesforność sznurowadeł*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 9.02, s. 27.

<sup>5</sup> T. Ulanowski, *Jeśli zima, to tylko w Norwegii*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 31.01, s. 45.

<sup>6</sup> Przykłady pochodzą z numeru 1 z 2015 r.

ma lepszego momentu na zaplanowanie wyprawy marzeń”; „Śmiało mogę polecić wam to miejsce”. Redaktorka pisma, Martyna Wojciechowska, w edytoriale zachęca: „Jedź i nie wierz w stereotypy”, kończy zaś tekst słowami: „Miłej podróży”<sup>7</sup>. Do odwiedzenia ciekawych miejsc czy do taniego podróżowania skłaniają także fotoreportaże czy mapki. Szczególnie miesięcznik rekomenduje „hity”, czyli miejsca, w których „będzie się działo najwięcej. Tam będzie biło serce świata”. Pismo radzi podróżnikom, że np. „Peru najlepiej przemierzać we dwójkę”. Przydatnym zabiegiem są triady: „3 miejsca, które musisz zobaczyć”, „3 rzeczy, których musisz doświadczyć”, „3 sposoby, by poczuć klimat Kuby”. Podkreślanie uroków miejsc służą nie tylko perswazyjne określenia superlatywne, ale też porównania, np. „Każdy szanujący się piwosz powinien choć raz w życiu odwiedzić to miasto [Pilzno], tak jak muzułmanin Mekkę”<sup>8</sup>. Przydatne okazuje się też odwołanie do toposu z autorytetu, np. w tekście o Czarnogórze: „Miał rację lord Byron, mówiąc: – Kiedy powstawała nasza planeta, najpiękniejsze połączenie ziemi z morzem przypadło temu wybrzeżu”<sup>9</sup>. Swoimi fascynacjami turystycznymi dzielą się też znani dziennikarze, np. Artur Orzech piszący o Iranie. Trasy turystyczne szlakiem znanych osób to jedna z atrakcji wysp greckich: „Spacer śladami Meryl Streep na Skopelos [...] klapki zgubione na plaży przez Brosnana, przechowywane niczym relikwia, wzbudzają zainteresowanie przyjezdnych”<sup>10</sup>.

**Dziennikarstwo wyznaniowe** reprezentuje artykuł konfesyjny publicysty religijnego Jerzego Turnaua, będący rodzajem osobistego wyznania wiary w formie komentarza do Składu Apostolskiego<sup>11</sup>. Pojawiają się w nim twierdzenia i pytania, np. o Boże synostwo, czy chrześcijanin musi powołać się na cud „wbrew wszelkim prawom natury”. Wskazuje na problemy i niejasności biblijne, na granice interpretacji: „Może jednak zostawmy rzecz w spokoju. Przecież o Bogu nieporównanie więcej nie wiemy, niż wiemy. Nie mędrkujemy za bardzo”<sup>12</sup>. Niekiedy ogranicza się autor do potwierdzeń: „Tak, wierzę, że...”, „Oczywiście”, „Tak, człowiek jest nieśmiertelny”.

Swoje poglądy dziennikarz wzmacnia powołaniem się na autorytety (toposy): Leszka Kołakowskiego, Tomasza Halika i Wacława Hryniewicza.

Edytoriale – z natury rzeczy – rekomendują całe numery pisma (są perswazyjnym zwiastunem autopromocyjnym), ale i pojedyncze artykuły. Tak jest w przypadku artykułów wstępnych ks. Adama Bonieckiego, publikowanych

<sup>7</sup> Tamże, s. 3.

<sup>8</sup> Tamże, s. 86.

<sup>9</sup> Tamże, s. 51.

<sup>10</sup> Tamże, s. 93–94.

<sup>11</sup> J. Turnau, *W co i jak wierzę*, „Gazeta Wyborcza” 2013, 24.12, s. 2–3.

<sup>12</sup> Tamże, s. 3.

w „Tygodniku Powszechnym”<sup>13</sup>. Zachęcają one do stawiania pytań, dzielenia się doświadczeniami, wspólnego poszukiwania odpowiedzi. Autor mobilizuje do współmyślenia, formułowania własnych opinii, sądów i przekonań. Zwykle zderza dwie racje, wskazuje na paradoksy wiary. Znamienne – z retorycznego punktu widzenia – są w tekstach ks. Bonieckiego tytuły, zwroty do adresatów, zakończenia.

Rocznicy, z okazji 70-lecia „Tygodnika Powszechnego”, artykuł redaktora naczelnego Piotra Mucharskiego<sup>14</sup>, został skonstruowany zgodnie z triadą-hasłem Rewolucji Francuskiej: wolność, równość, braterstwo. Autor posłużył się też personifikacją, pisząc o tygodniku opinii: „[...] zawsze młody jubilat, ciekawy świata i poszukujący w nim obecności tego, co niezmiennie”<sup>15</sup>.

W zakresie **dziennikarstwa kulturalnego** w rubryce „Gazety Wyborczej” „Podczytane” zachęca się odbiorców do nadsyłania tekstów, a innych – do sięgnięcia po utwory na zasadzie *pars pro toto*. Jak czytamy:

Fragmenty większej całości – ku pożytkowi i przyjemności mojej i waszej – tutaj ocalamy, choćby na chwilę, od zapomnienia. Jeśli w swojej bibliotece znajdziecie coś godnego polecenia, bez względu na to, czy rzecz była wydana wczoraj, a nikt jej nie zauważył, czy sto lat temu, ślijcie swój „fragment” na mój adres [...]!<sup>16</sup>

Podobną funkcję pełnią zestawy książek „na różne okazje”, „w których jest wszystko”. Listy takie proponują znani pisarze i dziennikarze (topos ze świadectw, autorytetu), np. Krzysztof Varga, Marek Bieńczyk, Mariusz Szczygieł. Te tzw. książki totalne zawierają cały świat, są ponadczasowe, mówią podstawowe prawdy o człowieku. Książkom towarzyszą krótkie opisy z takimi oto formułami: „tak piękny, iż nadawałby się na ostatni tekst mojego życia”, „czyta się ze ściśniętym gardłem”, „mistrzostwo świata”<sup>17</sup>.

Rankingi na najlepszą płytę roku, przeprowadzane wśród dziennikarzy, zawierają szereg formuł wartościująco-oceniających, np. „Podsiadło śpiewa tak, że aż błędą jupitera wycelowane w Bono”; „Efekt jest rewelacyjny [...] – tak się robi muzykę!”<sup>18</sup>.

Recenzje książek są zwykle poszukiwaniem kluczy do ich odczytania, wskazywaniem na najciekawsze fragmenty i rozdziały, ale przede wszystkim stanowią

<sup>13</sup> Niektóre z nich zostały następnie opublikowane z zbiorach, np. *Lepiej palić fajkę niż czarownicę*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2011. Zob. na ten temat: B. Bogołębska, *Retoryka, genologia i stylistyka tekstów literackich i dziennikarskich*, Wydawnictwo Primum Verbum, Łódź 2015.

<sup>14</sup> P. Mucharski, *Przyszłość z przeszłością*, „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 13, s. 4–5.

<sup>15</sup> Tamże, s. 4.

<sup>16</sup> P. Wójcik, *Podczytane*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 20–21.12, s. 31.

<sup>17</sup> Przykłady pochodzą z listy M. Szczygła: *10 książek, w których jest wszystko*, „Gazeta Wyborcza” 2013, 29.10, s. 18.

<sup>18</sup> R. Sankowski, *Jak nam zagrał rok 2014*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 15.12, s. 21.

zachętę do lektury. Mogą mieć formę dwugłosu dziennikarki Karoliny Sulej i pi-sarki Sylwii Chutnik, a są to nie zawsze dopełniające się głosy, lecz często różniące się od siebie oceny i interpretacje, np. „Co ty mówisz, ja tego nie wyczytałam. Wręcz przeciwnie...”; „Tu się nie zgadzamy”, „Daj spokój”<sup>19</sup>.

Na marginesie rozważań o renesansie powieści i seriali historycznych Ryszard Koziółek<sup>20</sup> proponuje – na wzór Miłoszowy – inwencyjne „tematy do odstąpienia”:

- A jest o czym pisać. Ostrzę sobie zęby na książki, które może już się piszą:
  - Arianki* – powieść o ruchu wyzwolenia kobiet w społeczności Braci Polskich.
  - Radziwillowie* – trytomowa saga, która stanie się wysokobudżetowym serialem w koprodukcji polsko-brytyjskiej.
  - Stawisko* – dzieje mieszkańców rezydencji Iwaszkiewiczów, czyli nasze *Downton Abbey*.
  - Luźniczenie* – epicki cykl historyczno-fantastyczny o upadku dawnego plemienia.
  - Wielka Emigracja* – wielowątkowa powieść polityczno-obyczajowa o najważniejszym polskim ruchu politycznym w XIX w.<sup>21</sup>

Przedstawiciel **dziennikarstwa przyrodniczego** (ekologicznego) – Adam Wajrak, pasjonat natury i zwierząt, umie dzielić się z czytelnikami swoimi spostrzeżeniami i przemyśleniami obserwatora „niesamowitej” przyrody, eksperymentami i podstępami czynionymi, by sfotografować zwierzęta. Chętnie faunę porównuje do ludzi: „Bo poza tym, że chomik zbierze zapasy niczym przezorny rolnik, to też potrafi fedrować niczym górnik”<sup>22</sup>. Przeprowadza także akcje społeczne, apelując np. o ratowanie cennego gatunku chomika europejskiego. Używa przy tym następującego argumentu:

Ktoś może powie: co tam chomiki. Śląsk ma ważniejsze problemy. Pewnie, tylko że tak właśnie ginie część przyrodniczej tożsamości tego regionu i tak właśnie następuje proces zwany wymieraniem. [...] niszczenie małych i z pozoru nieważnych populacji. [...] Dlatego trzeba chronić chomiki w Siemianowicach Śląskich!<sup>23</sup>

W innym z tekstów – *Skocz na weekend do lasu!* – Wajrak poleca podróżę wczesną wiosną do Puszczy Białowieskiej, by zobaczyć rysia, żubry czy wilka<sup>24</sup>. Jego zdaniem, to także „ostatnia okazja dla tych, którzy chcieliby zobaczyć jelenie z pięknymi porożami na głowach. Te najwspanialsze, największe i przez

<sup>19</sup> „Wysokie Obcasy” – dodatek do „Gazety Wyborczej” 2015, 3.01, s. 9.

<sup>20</sup> R. Koziółek, *Asteriks jest dobry*, „Książki” 2015, nr 1, s. 40–43.

<sup>21</sup> Tamże, s. 41.

<sup>22</sup> A. Wajrak, *To zwierzę mnie bierze. Chomik śląski*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 23.01, s. 19.

<sup>23</sup> Tamże.

<sup>24</sup> A. Wajrak, *Skocz na weekend do lasu!*, *Gazeta Wyborcza*” 2015, 21–22.02, s. 41.

to także najcięższe poroża będą gubione najszybciej”. Z kolei miłośnikom ornitologii radzi udać się do „ptasiego raj”, czyli Parku Narodowego Ujście Warty, by zaobserwować to, co się tam dzieje, a są to jedne „z najbardziej spektakularnych widowisk przyrodniczych, jakie możemy obserwować w naszym kraju”, np. przelot gęsi, żurawi i czajek.

**Dziennikarstwo popularnonaukowe** reprezentuje tekst zapowiadający wydarzenia kosmiczne 2015 roku. Popularyzator astronomii tak zachęca do lektury tekstu: „Dlatego już dziś koniecznie zaznaczcie sobie na czerwono co najmniej cztery daty w swoim kalendarzu. Nie można ich za nic w świecie przegapić!”<sup>25</sup>. Wskazuje – w układzie chronologicznym – najważniejsze zjawiska astronomiczne widoczne z Polski, np. „najefektowniejsze i najłatwiejsze do obserwacji” zaćmienie Słońca. Pisząc o przewidywanych na sierpień spadających gwiazdach, uważa, że: „Tak dobrych warunków do obserwacji Perseidów nie było od 2007 r.!”<sup>26</sup>. Warto także, zdaniem autora, przyjrzeć się malowniczym ujęciom całkowitego zaćmienia Księżyca.

Autorka artykułu z zakresu biologii syntetycznej ostrzega przed produkowaniem sztucznych organizmów, wskazuje na plusy i minusy tych badań i wynikających z nich problemów; dzieli się swoimi obawami:

To oznacza, że niedługo badacze będą potrafili stworzyć coś w rodzaju biologicznego systemu operacyjnego dla komórek. A komórki będą umiały ułożyć się w twór równie skomplikowany jak laptop czy iPad. Tyle że żywy, a nawet zdolny do powielania się<sup>26</sup>.

Przykładem dowcipnej realizacji **dziennikarstwa poradnikowego** jest tekst o tym, jak nie zgubić się na rynku nieruchomości, przedstawiający 9 takich sposobów – zarówno zalet, jak i wad<sup>27</sup>. Oto jedna z nich:

Sposób dziewiąty: zbuduj sobie dom z papieru. Zalety: Same. Pomysł wrocławskiego architekta jest genialny. Dom można w każdej chwili złożyć i zabrać w inne miejsce. Jeżeli jedziesz na imprezę do innego miasta, oszczędzasz na hotelu. Jeśli osiedlisz się na parkingu przy pracy, nie tracisz czasu i pieniędzy na dojazdy. Wady: Nie stwierdzono<sup>28</sup>.

W poradnikowych tekstach dietetycznych charakterystyczne są takie rozkazujące formuły, jak: zaprogramuj się; zdecyduj, co jesz; zmień nastawienie; tre-

<sup>25</sup> K. Wójcicki, *Kosmos 2015*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 27–28.12, s. 20–21.

<sup>26</sup> M. Gawrońska, *Życie identyczne z naturalnym*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 23.01, s. 18.

<sup>27</sup> M. Wilgocki, *9 sposobów na dom dla słoika*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 5–6.01, dodatek „Duży Format”, s. 28.

<sup>28</sup> Tamże.

nuj; nie czekaj; nie pij; unikaj cukru; licz kalorie; jedz częściej; ogranicz tłuszcze; jedz tylko wtedy, kiedy jesteś głodna<sup>29</sup>.

W kręgu **dziennikarstwa politycznego** sytuuje się polemiczny artykuł *Najgorszy prezydent III RP*<sup>30</sup>. Cezary Michalski burzy w nim mit Lecha Kaczyńskiego, którego prezydentura była – jak uważa – nieudolna, słaba, niedecyzyjna. Mit (o smoleńskiej genezie) natomiast o mało nie zaowocował wygraniem przez Jarosława Kaczyńskiego wyborów prezydenckich, obecnie zaś w swojej kampanii wyborczej mit ten uczynił fundamentem Andrzej Duda. Argumentację autora wzmacnia wartościujące słownictwo: „Zbyt wrażliwy, otaczający się beznadziejnymi ludźmi, był źródłem decyzji personalnych i politycznych najfatalniejszych”; „Lech Kaczyński do polityki w ogóle się nie nadawał – emocjonalnie, charakterologicznie”; „«eksperci» Lecha Kaczyńskiego dostarczali prezydentowi bredni, a on tych bredni słuchał, bo jego własne kompetencje w obszarze polityki zagranicznej były bliskie zeru”<sup>31</sup>.

Komentarz polityczny rosyjskiego opozycjonisty o powstrzymaniu wojny rosyjsko-ukraińskiej próbuje odpowiedzieć na pytanie, jak zapobiec katastrofie: „O rosyjskie priorytety walczyć trzeba ekonomiczno-politycznymi, cywilizowanymi metodami, a nie najeżdżając na sąsiednie kraje”<sup>32</sup>. Autor snuje prognozy polityczne i z pozycji podmiotu zbiorowego ostrzega społeczeństwo obywatelskie przed skutkami bezczynności, „zgubnym, czarnym scenariuszem”. Zgłasza propozycje rozwiązań dla skonsolidowania podzielonego na radykałów i liberałów społeczeństwa i przeciwdziałania „kremlowskiemu ideologom” zmierzającym do narodowej katastrofy – jedną z nich jest zwołanie obywatelskiego okrągłego stołu, by przekonywać władze: „należy się domagać od władz kroków zmierzających do złagodzenia rozłamu wewnątrz rosyjskiego społeczeństwa i modernizacji systemu politycznego”. Te dramatyczne apele kończy autor deklaracją wiary w możliwy sukces.

Agonistyczność dziennikarstwa politycznego widoczna jest szczególnie w okresie przedwyborczym – ścierania się racji partii i ugrupowań dążących do władzy.

Przykładem **dziennikarstwa kulinarnego** jest tekst miłośnika wina – Jerzego Mazgaja, który w rubryce „Newsweeka” „Moje wino” zachwala ten napój w charakterystyczny sposób, jak np. wino Cahors:

Z miejsca pokochacie jego malinowo-porzeczkowo-śliwkowy zapach z delikatną nutą fiołków i korzennych przypraw. Wino jest mocno, acz harmonijnie zbudowane,

<sup>29</sup> *Jak jeść, żeby chudnąć*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 8.01, dodatek „Tylko Zdrowie”, s. 4–5.

<sup>30</sup> C. Michalski, *Najgorszy prezydent III RP*, „Newsweek Polska” 2015, nr 8, s. 14–17.

<sup>31</sup> Tamże, s. 16, 17.

<sup>32</sup> L. Ponomariow, *Powstrzymać tę wojnę*, przeł. S. Kowalski, „Gazeta Wyborcza” 2015, 28.02–1.03, s. 33.



krzepkie taniny przyjemnie ogarniają podniebienie, prowadząc do dość długiego mineralnego finiszu. Piję to wino z poczuciem wyjątkowego obcowania z wielowiekową tradycją, która wciąż jest żywa dzięki niestrudzonym mieszkańcom Cahors<sup>33</sup>.

**Dziennikarstwo śledcze** jest obecne w tekście Michała Krzymowskiego<sup>34</sup> o tajemnicy zaginionych dokumentów, dotyczących ułaskawienia w 2009 roku współnika zięcia Lecha Kaczyńskiego. Uczestniczący w wydarzeniach, obecny prezydent Andrzej Duda zrzuca wszystko na nieżyjącego prezydenta. Jak twierdzi autor artykułu, prezydent Kaczyński, ułaskawiając biznesmena, pominął opinię sądu i stanowisko Prokuratora Generalnego. Śledztwo z tym związane zostało umorzone, a Duda używał sprytnych argumentów i zasłaniał się niepamięcią. Charakterystyczne są tu takie formuły, jak: „Dziwne. A jeszcze dziwniejsze jest to...”, „Co się z nim działo w międzyczasie – nie wiadomo”; „Można się jednak domyślać, że...”.

Tekst z zakresu **dziennikarstwa ekonomicznego** (gospodarczego) zatytułowany *Bal na Titanicu*<sup>35</sup> dotyczy czekającej polskich pracowników „emerytalnej katastrofy”. Jak piszą autorzy – „Trwa bal na «Titanicu»”. Politycy kolejnych rządów od lat rozdają pieniądze, nie zastanawiając się, do czego taka sytuacja doprowadzi”. Artykuł wskazuje na przyczyny sytuacji, autorzy ostrzegają przed czekającymi społeczeństwo scenariuszami wydarzeń i próbują odpowiedzieć na pytanie „co robić?”. Charakter interwencyjny tekstu podkreśla końcowy apel, raz jeszcze powracający do tytułowego pomysłu: „Panie i panowie politycy, zacznijcie skrecać tym «Titanikiem»”.

\*       \*

W analizowanym medium „tekstowym” i przywołanych przykładach, znamienych dla wybranych odmian dziennikarstwa, odnajdujemy klasyczne rodzaje retoryczne (sądowo-osądzające, doradczo-deliberatywne, demonstratywno-oceniające), ale też spoza tej triady pochodzące wypowiedzi dyrektywne, nakłaniające, reklamujące o wydźwięku perswazyjnym. Łatwo w nich zauważyć liczne środki i akty perswazyjne (np. apele, opinie, oceny i interpretacje). W tematycznych odmianach dziennikarstwa uwidoczniły się też dopełniające się – w imię jedności retoryki – strategie perswadowania (logos, etos, patos), stosujące odmienne sposoby argumentacji.

Zwrócić należy również uwagę na obecność toposów rozumianych jako zespoły tematyczne i wspólne punkty odniesienia dla różnych dziedzin, a wśród

<sup>33</sup> J. Mazgaj, *Cahors*, „Newsweek Polska” 2015, nr 6, s. 10.

<sup>34</sup> M. Krzymowski, *Duda: To zrobił Lech Kaczyński*, „Newsweek” 2015, nr 9, s. 15–17.

<sup>35</sup> L. Kostrzewski, P. Miączyński, *Bal na Titanicu*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 2.03, s. 20.



nich zwłaszcza toposy środowiskowe, aktualności i specjalne (np. prawnicze, biznesowe). Polifoniczne media stanowią stylowy tygiel – medialny tygiel odmianowy i dyskursowy<sup>36</sup>. W niektórych odmianach znamieną jest retoryka werbalno-wizualna, w której kultura tekstu współwystępuje z obrazkową.

## Bibliografia

- Bogołębska B., *Retoryka, genologia i stylistyka tekstów literackich i dziennikarskich*, Wydawnictwo Primum Verbum, Łódź 2015.
- Boniecki A., *Lepiej palić fajkę niż czarownice*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2011.
- Bralczyk J., *Słowo wstępne*, [w:] *Retoryka mediów, retoryka w mediach*, red. M. Marcjanik, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2012.
- Gajda S., *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000, s. 19–27.
- Gawrońska M., *Życie identyczne z naturalnym*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 23.01, s. 18.
- Jak jeść, żeby chudnąć*, Gazeta Wyborcza” 2015, 8.01, dodatek „Tylko Zdrowie”, s. 4–5.
- Kostrzewski L., Miączyński P., *Bal na Titanicu*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 2.03, s. 20.
- Koziołek R., *Asteriks jest dobry*, „Książki” 2015, nr 1, s. 40–43.
- Krzymowski M., *Duda: To zrobił Lech Kaczyński*, „Newsweek” 2015, nr 9, s. 15–17.
- Kuczok W., *Niesforność sznurowadeł*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 9.02, s. 27.
- Mazgaj J., *Cahors*, „Newsweek Polska” 2015, nr 6, s. 10.
- Michalski C., *Najgorszy prezydent III RP*, „Newsweek Polska” 2015, nr 8, s. 14–17.
- Mucharski P., *Przyszłość z przeszłością*, „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 13, s. 4–5.
- Ponomariow L., *Powstrzymać tę wojnę*, przeł. S. Kowalski, „Gazeta Wyborcza” 2015, 28.02–1.03, s. 33.
- Rozpara P., Małachowski A., *Znów horror! Brząz w naszych rękach*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 2.02, s. 20–21.
- Sankowski R., *Jak nam zagrał rok 2014*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 15.12, s. 21.
- Szczygieł M., *10 książek, w których jest wszystko*, „Gazeta Wyborcza” 2013, 29.10, s. 18.
- Turnau J., *W co i jak wierzę*, „Gazeta Wyborcza” 2013, 24.12, s. 2–3.
- Ulanowski T., *Jeśli zima, to tylko w Norwegii*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 31.01, s. 45.
- Wajrak A., *Skocz na weekend do lasu!*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 21–22.02, s. 41.
- Wajrak A., *To zwierzę mnie bierze. Chomik śląski*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 23.01, s. 19.
- Wilgocki M., *9 sposobów na dom dla słoika*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 5–6.01, dodatek „Duży Format”, s. 28.
- Wójcicki K., *Kosmos 2015*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 27–28.12, s. 20–21.
- Wójcik P., *Podczytane*, „Gazeta Wyborcza” 2014, 20–21.12, s. 31.

<sup>36</sup> Zob. S. Gajda, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000, s. 19–27.

Barbara Bogołębska

**Rhetorical Procedures in Thematic Varieties of Print Journalism**

(Summary)

Media rhetoric consists of the inventive and eloquent dimensions of text. They are not only rhetorical genres but also specific rhetorical strategies. The article analyses various examples taken from different areas of journalism including sport, travel, religion, culture, nature, popular science, advice, politics, cookery, investigative and economic journalism.

Key words: media rhetoric, print journalism, thematic varieties of journalism.