

## **Perswazja czy manipulacja? Analiza wybranych aspektów językowych czasopisma „Wróżka“**

**Anna Sokół**

Katedra Współczesnego Języka Polskiego, Uniwersytet Łódzki, Polska

Łódzki pisarz i publicysta, Janusz Dunin (1974), powiedział, iż tak zwana wiedza tajemna nie stanowiła monopolu tandetnych wydawnictw. Istniały przecież takie firmy jak Polskie Towarzystwo Astrologiczne czy „Lotos” (wydawnictwo ezoteryczne). (...) dostarczały one lektury trudnej, pełnej erudycji, „uczonego” słownictwa, cytatów. (...) najwyższe sfery przedwojennej Polski pasjonowały się astrologią „naukową”, okultyzmem i relacjami Stefana Ossowskiego – inżyniera i jasnowidza

Początków astrologii należy upatrywać już 2000 lat p. n. e. Obserwacje i badanie planet, możliwość ustalenia daty zaćmienia Słońca i Księżyca, przyczyniły się do dalszych odkryć w zakresie astronomii (pierwotnie pojęcia: astrologia i astronomia były synonimami). Ludzie zaczęli zastanawiać się nad tym, czy ciała niebieskie mają jakikolwiek wpływ na przyszłe losy człowieka. Dało to początek rozwojowi dwóch odrębnych dziedzin wiedzy: astronomii (nauka o ciałach niebieskich, ich budowie, pochodzeniu i ewolucji) i astrologii (badanie wpływu ciał niebieskich na życie ludzkie). Najśłynniejszym prorokiem i jasnowidzem w staropolszczyźnie był Michel de Ostre Dame (Nostradamus), w Polsce natomiast największą popularność zdobył Mikołaj Kopernik, który studiował astronomię i astrologię w Akademii Krakowskiej. W XX wieku powstało Polskie Towarzystwo Astrologiczne, a dużą popularność w czasie okupacji zyskały senniki wraz z dodatkiem tekstów wróżebnych omawiających wróżenie z kart, ręki i gwiazd, które następnie były publikowane osobno – początkowo w postaci ulotek, potem książeczek z instrukcją sztuki przepowiadania przyszłości.

Wróżby cieszyły się największym zainteresowaniem w czasach wojen i klęsk. Wtedy to ludzie najbardziej pragnęli poznać przyszłe losy swojego kraju. Wiara we wróżby nie zniknęła w XXI w. To właśnie we współczesnych czasach, które są pełne pośpiechu

i skupione głównie na pracy, człowiekowi zależy na trafności w podejmowaniu zawodowych i życiowych decyzji. Ogromna ilość złych wiadomości serwowanych przez mass media oraz upadek autorytetów sprawiają, że człowiek czuje się niepewny w otaczającym go świecie i szuka pomocy we wróżbach. Czemu są one tak popularne? Dlaczego nawet katolicy czytają horoskopy? Człowiek, żyjący w świecie konsumpcyjnym, oczekuje szybkich zapewnień i odpowiedzi na dręczące go pytania. W kościele jest anonimowy, psycholog nie daje mu z kolei gotowych wskazówek pozwalających rozwiązać problemy. Ukojenia szuka zatem u wrózek: albo w bezpośredniej rozmowie, albo poprzez wykorzystanie rad zamieszczonych w czasopismach wróżbiarskich. Dlatego też powstają kolejne sklepy ezoteryczne, nowe gazety wróżbiarskie, a także programy telewizyjne i audycje radiowe pozwalające na kontakt z wróżkami. Chęć pozna-

nia przyszłości jest tylko jedną z przyczyn, dla której człowiek wykorzystuje magię. Niezwykle istotne jest to, w jaki sposób zostaje napisany artykuł przepowiadający przyszłe losy. Wszystkie teksty wróżbiarskie nie byłyby zatem tak przekonujące, gdyby nie moc języka. To właśnie odpowiedni dobór słownictwa i umiejętność operowania nim w adekwatnym kontekście potrafi zahipnotyzować i przyciągnąć uwagę czytelnika. Bez zabawy słowem i jego walorów perswazyjnych żaden człowiek nie byłby skłonny uwierzyć w wiarygodność artykułów.

### 1. Dawne a współczesne teksty wróżbiarskie

Zarówno dawne<sup>1</sup> jak i współczesne teksty wróżbiarskie stosowały techniki, których głównym celem było skuteczne wpływanie na odbiorcę. Nadawca komunikatu wróżbiarskiego nadal wykorzystuje jedną z najskuteczniejszych metod perswazji – retorykę, a poprzez stosowanie argumentacji stara się przekonać adresata o słuszności i sensowności tego, do czego dąży. Szczegółowe zagadnienia związane z retoryką zostaną omówione w kolejnych rozdziałach. Ogólny zarys tego pojęcia został przywołany w celu ukazania podobieństw wielu zabiegów językowych w dawnych i współczesnych publikacjach związanych z astrologią. Poniższa tabela jest dowodem na to, iż zabiegi, których dawniej używano do tworzenia tekstów wróżbiarskich, są bardzo zbliżone, a niekiedy nawet takie same jak obecne. Jediną różnicę można dostrzec w stylistyce i budowie samego języka, co jest spowodowane jego historycznym rozwojem. Na uwagę zasługuje także konstrukcja tekstów. Sposób prezentacji technik wróżenia, scharakteryzowany we wstępie pracy, a dokonany przez B. Żmigrodzką (Łódź 2004), ukazuje podobną, choć nieco uproszczoną regułę ich tworzenia w stosunku do konstrukcji dawnych wróżb. Mianowicie:

<b>Sposób prezentacji technik wróżenia – konstrukcja tekstów</b>	
<b>Dawne wróżby</b>	<b>Współczesne wróżby</b>
a) Tytuł, który ogólnie zapowiada, o czym będzie wróżba	a) Charakterystyczny tytuł, który ogólnie zapowiada, o czym będzie wróżba
b) -----	b) Wyliczenie potrzebnych przedmiotów
c) Opis działań wraz z niezbędnymi do tego przedmiotami	c) Opis działań związanych z tymi przedmiotami
d) -----	d) Interpretacja znaków

Konstrukcja dawnych tekstów zawiera zatem dwie spośród czterech czynności obecnych w schemacie stworzonym przez B. Żmigrodzką. Związane jest to z tym, iż wróżby te dotyczyły konkretnego zagadnienia i szukały odpowiedzi na jeden wybrany problem. Opis czynności był jednocześnie odpowiedzią na problem postawiony w tytule. Można posłużyć się przy tym następującym schematem:

<sup>1</sup> Stosując określenie „dawne” mam na myśli teksty ukazujące się od epoki staropolskiej do XX w.

### Dawne wróżby

Tytuł zapowiadający problem, który należy rozwiązać, np.: *Sympatia przeciw żółtaczce*



Opis działania będący jednocześnie rozwiązaniem problemu wskazanego w tytule

### Współczesne wróżby

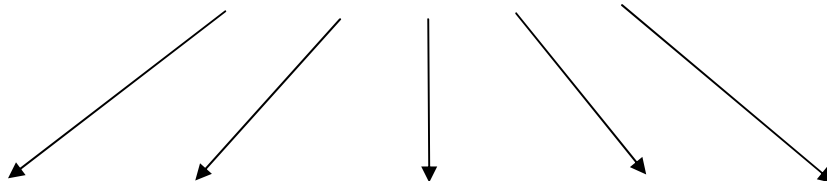
Tytuł ogólnie zapowiadający, o czym będzie wróżba, np.: *Co czeka nas w przyszłości?*  
(może być także sformułowany w postaci pytania o rozstrzygnięcie)



Wyliczenie potrzebnych przedmiotów



Opis działań związanych z przedmiotami



Interpretacja kilku znaków, gdyż wróżba nie jest odpowiedzią na jeden i konkretny problem (w przypadku wykorzystania techniki prostej zawierającej w tytule pytanie o rozstrzygnięcie, również nie mamy do czynienia z interpretacją jednego znaku).

Poniższa tabela przedstawia wspólne zabiegi i chwytły językowe tekstów wróżbiarskich dawnych i współczesnych. Oparto je na przykładach wybranych ze starych publikacji astrologicznych<sup>2</sup> oraz z dzisiejszych numerów pisma: „Wróżka”.

---

<sup>2</sup> Przykłady pochodzą z książki J. Dunina, *Papierowy bandyta*.

Podobieństwa	Dawne wróżby	Współczesne wróżby
Argumentum ad fidem	<p><i>Urok jak lekować</i> (Zmów Modlitwę Pańską, Ojcze nasz itd.) Bożą mocą, Pana Jezusa pomocą! Dąb w boru, kamień w morzu, Księżyc na niebie; że póki te trzy bracia mocni się pospołu nie zejną, tak długo mnie zęby niech nie bolą. Przez Pana Boga moc, Syna Bożego i Ducha świętego pomoc i Anioły święte (...)</p> <p>książka magiczna – brak tytułu</p>	<p>W marcowej „Wróżce” przedstawiliśmy Anioły opiekujące się miłością, w kwietniowej opisaliśmy skrzydlatych uzdrowicieli. W tym miesiącu dowiemy się, kto strzeże naszych portfeli.</p> <p>Wr. 5/2004</p>
Konstrukcja tekstu	<p><i>Sympatia przeciw żółtaczce</i> Wykop przed wschodem słońca korzeń dzikiej cykorii, oskrob ją, wyduś ją i zabierz sok ze sobą. W dziurę, gdzieś wykopał roślinę, wypuść twojej uryny, potem zagrzeb dziurę. Przywiąż na lewą pierś żółtą jedwabną wstążkę, natenczas przyciągnie ona żółtaczkę do siebie.</p> <p>Siły sympatii</p>	<p><i>Co czeka nas w przyszłości?</i> Potrzebujemy pudełko lub kubeczek i 30 szpilek. Narysujmy na kartce papieru kwadrat o wymiarach 20 x 20 cm. I zadajmy sobie w myślach pytanie: „Co mnie czeka w najbliższej przyszłości?” Potrząśnijmy energicznie kubeczkem i wyrzućmy szpilki na środek kwadratu. Za odpowiedź uznajemy to ułożenie szpilek, które jako pierwsze udało nam się odczytać. W przypadku nieodnalezienia żadnego z podanych niżej układów, wyrzućmy szpilki powtórnie.</p> <p>Wr. 8/1996</p>
implikacja	<p><i>Jeśli nie chcesz, aby osieł ryczał, to musisz mu pod ogonem kamień uwiesić.</i></p>	<p><i>Jeżeli wybierasz się na operację lub do chirurga, zrób to 5 dni po pełni, kiedy księżyc zaczyna „maleć”.</i></p> <p>Wr. 1/1995</p>

Argument z tradycji	<p><i>Podług we Francji znalezionego manuskryptu z roku 1522, z Postscriptum (!) z wielkiej księgi króla Salomona (...)</i></p> <p>Ognisty smok</p>	<p><i>Już w Mezopotamii i Egipcie zauważono np. zależność cykli księżycowych i kobiecych menstruacji. Miesiąc księżycowy trwa niemal dokładnie tyle, ile cykl miesięczkowy, tj. 29,5 dnia. Czeski lekarz i astrolog <b>Eugeniusz Jonas</b> odkurzył tę starożytną wiedzę medyczną i na jej podstawie badał płodność kobiet. (...) metoda Jonasa jest tak skuteczna jak pigułka, której nie wszystkie kobiety mogą używać.</i></p> <p>Wr., 10/1994</p>
Hiperbola	<p><i>Z pewnością też niejedyn czytelnik przeczytawszy to dziełko do końca nie będzie się oglądał za inną książką tego samego tematu; bośmy najprawdopodobniejsze, jaśniejsze i prawdziwe, i najgłębsze, co u wszystkich narodów i we wszystkich czasach o magicznej sile i obcowaniu z duchami egzystuje, w niej spoili tak, że coś lepszego trudno by było znaleźć.</i></p> <p>Ognisty smok</p>	<p><i>Tej metody nie znajdziecie w żadnej książce. Nauczaj jej od kilku lat, także w Polsce, lama Tenzin Wangyal Rinpoche, mistrz buddyjskiej ścieżki bon i wykładowca uniwersytecki (...) sprawdź, którego elementu Ci brak, a którego masz nadmiar.</i></p> <p>Wr. 11/2000</p>
Argument z autorytetu	<p><i>Objaśniający różne sny zgodnie z ich oryginalnymi w dziełach opracowanych podług ksiąg najznakomitszych astrologów, wróżbitów i wykładowców snów z najdawniejszych czasów</i></p> <p>Sennik</p>	<p><i>Skoro już Agnieszka napisała do naszej redakcji, postanowiliśmy zasięgnąć opinii najlepszych wizjonerów. Jasnowidząca Aida i jej sławna w Rosji i Gruzji babcia Anna twierdzą, że (...)</i></p> <p>Wr., 1/2000</p>

Z przykładów zamieszczonych w powyższej tabeli można wnioskować, iż od wieków używane są podobne, zabiegi językowe mające na celu oddziaływanie na świadomość czytelnika. Niekiedy stosowana jest ta sama argumentacja, a teksty mają zbliżoną konstrukcję. Przede wszystkim ewoluował język, choć sposoby jego wykorzystania i użycia, pozostały podobne.

## 2. Charakterystyka czasopisma „Wróżka”

„Wróżka”, współczesne czasopismo wróżbiarskie, po raz pierwszy została wydana w 1993 roku. Od tego czasu miesięcznik ukazuje się regularnie już od 15 lat. Przez ten czas dokonało się wiele zmian w gazecie: zarówno w kwestii merytorycznej jak i graficznej. Początkowo „Wróżka” skupiona była głównie na treściach związanych z magią. Artykuły owiane były tajemnicą i przesycone opowiadaniem o istotach nadprzyrodzonych. Czasopismo miało czarno-białe strony i posiadało nie więcej niż 70 stron. Każdego roku czasopismo „Wróżka” rozrastało się. W gazecie z 1996 roku można już zauważyć nieco inną szatę graficzną, a od nowego stulecia czasopismo zmienia się zarówno wizualnie jak i merytorycznie. Zwiększa swoją objętość (ma już ok. 110 s.), jest już nie tylko magazynem skupionym na wróżbach, ale łączącym cechy pisma popularno-naukowego z poradnikiem o zdrowiu i urodzie. Poszczególne działy (*Cztery*

*pory roku; Magiczni ludzie, magiczne miejsca; Podróże w głąb siebie; Natura i Ty*) posiadają typowe artykuły związane z wróżbiarstwem, np.: *Jakim jesteś kolorem* (Wr. 1/2007), *Zodiakalny kalendarz Piotra Pałagina* (Wr. 7/2007) itp. Wszystkie zaś teksty (zarówno poradniki, jak i wywiady, felietony) utrzymane są w konwencji wróżbiarskiej, gdyż zawierają charakterystyczne słownictwo (*los, przeznaczenie, gwiazdy itp.*), wykorzystują odpowiednią argumentację oraz posiadają wiele innych zabiegów perswazyjnych czyniących teksty bardziej prawdopodobnymi. Zatem „Wróżka” z miesięcznika pełnego mrocznych tajemnic, przeznaczonego dla ścisłego grona czytelników interesujących się magią, zmieniła się w czasopismo skierowane do wszystkich ludzi, którzy chcą swoje ciało i duszę utrzymać w naturalnej i pogodnej równowadze, a także poszukują prostych przepisów na życie i głębszych refleksji o tajemnicy istnienia. Gazeta ta stała się czasopismem erudycyjnym i poprzez wysoką jakość merytoryczną tekstów, daje satysfakcję intelektualną czytelnikowi, zaś nowa szata graficzna, przedstawiająca już nie tylko mroczne zamki i tajemnicze zjawiska, ale piękne wróżki i dobre czarodziejki, zachęca przechodnia do zatrzymania wzroku na piśmie i do jego zakupu. Celem tej pracy jest zbadanie, jakie mechanizmy językowe służą przekonaniu odbiorcy, że wróżby zamieszczone w gazetach są wiarygodne, czyli ukazanie tych aspektów języka, które za pomocą perswazji i manipulacji tworzą rzeczywistość, zdeteterminowaną i zależną od numerologii, wróżb i magii. Za materiał badawczy posłużyło czasopismo „Wróżka” z lat 1994 – 2007.

### **3. Analiza językowa**

Współczesna definicja perswazji mogłaby brzmieć: ‘Chodzi mi o to, aby język giętki NIE powiedział wszystkiego, co pomyśli głowa’, gdyż perswazja nie służy temu, by mówić o czymś, co dzieje się naprawdę, ale temu, by mówić to, czego oczekują od nas klienci bądź odbiorcy komunikatu – by za pomocą języka przekonać adresata do słuszności przedstawionych racji, co pozwoli osiągnąć zamierzony cel. Należy zatem zahipnotyzować odbiorcę językiem (o hipnotycznym języku perswazji pisze A. Batko, 2005). Każdy komunikat stworzony za pomocą odpowiednich środków językowych ma za zadanie przyciągnąć uwagę adresata i sprawić, by uwierzył w to, co przekazuje nadawca. Kryterium poniższego podziału stanowią głównie środki retoryczne, stylistyczne i leksykalne służące perswazji i manipulacji.

#### **3.1. Środki retoryczne w funkcji perswazyjnej**

Argumentacja (łac. *argumentatio*) to uzasadnienie prawdziwości zdarzeń. Jej zadaniem jest przekonanie adresata o sensowności realizacji przedstawionego celu, o skuteczności proponowanych sposobów osiągnięcia go, a także podkreślenie tego, że inne cele nie są już tak samo wartościowe. Jest zatem bardzo popularnym elementem stosowanym w perswazji, gdyż dąży do wzmocnienia przekonania o słuszności danego sądu. Już sam Arystoteles (1998, s. 70) przyznał, że *skoro to, co przekonywające, przekonuje kogoś, dzieje się tak dlatego, że albo jest to przekonywające i wiarygodne samo przez się, albo ponieważ wydaje mu się udowodnione na podstawie przekonywających i wiarygodnych argumentów*. Argument musi zatem być oryginalny, nowy i odpowiednio dobrany, gdyż tylko taki ma moc. Jego siła zależy od tego, czy odbiorca w niego uwierzy, nie zaś od tego, czy argument jest prawdziwy. W przypadku tekstu perswazyjnego argumentacja jawi się jako szczególny sposób opisywania faktów,

zdarzeń i wartości oraz akcentowanie i uwypuklanie tych najważniejszych. W czasopiśmie „Wróżka” obecna jest argumentacja racjonalna i pozaracjonalna, a także sądy asertoryczne i opinie, choć z dużą przewagą dla sądów oceniających. Warto także zaznaczyć, że gazeta ta operuje dobrze przygotowanymi argumentami. Ich wartość polega na wykorzystaniu różnorodnych środków wypowiedzi, elementów obrazowych i przykładowych, uwzględnieniu szczegółów związanych z określoną tematyką, wykorzystanie konkretności. Bowiernie wszystko, co jest ogólne i mało precyzyjne, ma mniejszą wartość perswazyjną. Typy argumentów w dużej mierze zależą od rocznika, z którego pochodzi „Wróżka”. Pierwsze numery czasopism bardziej nastawione są na funkcję manipulacyjną. Atmosfera artykułów była mroczna i owiana tajemnicą, a ich tematyka głównie dotyczyła takich zagadnień, jak: duchy, czarownice, talizmany, horoskopy i różnego rodzaju wróżby. Czasopisma do 2001 roku posiadały czarne okładki, które prezentowały najczęściej postaci irracjonalne i metafizyczne. Współczesne roczniki z kolei mają zupełnie inny charakter. Można by rzec, że są rodzajem prasy psychologiczno-historyczno-kobieco-wróżbiarskiej. Nie są jednak kontaminacją tych zagadnień tematycznych, gdyż nie stanowią ciągu linearnego. Zagadnienia wróżbiarskie są nadrzędne w stosunku do pozostałych. Nawet jeśli to są felietony, reportaże, wywiady bądź poradniki kulinarne czy też zdrowotne, zawierają przynajmniej leksykę charakterystyczną dla wróżbiarstwa. Nie są już jednak tylko ukierunkowane na przewidywanie przyszłości. Mniej manipulacyjna, a bardziej perswazyjna jest argumentacja w nowszych rocznikach „Wróżki”, gdyż artykuły te nie tylko skupione są wokół wiedzy tajemnej i irracjonalnej, ale poruszają różnorodną problematykę. Poniższa argumentacja oparta jest na podziale dokonany przez K. Szymanka (2001). W pracy tej zostały tylko wymienione wybrane przykłady odzwierciedlające różnorodność argumentów.

1. Argumentum ad antiquitatem (argument odwołujący się do starodawności):

(1)

*Już w starożytnym Babilonie, Rzymie i Egipcie piękne panie wiedziały, że ich skóra powinna być gładka jak marmur i stosowały depilatory, w których skład wchodził sproszkowany alabaster, sól morska, miód i ... mleko kobiece.*

Wr. 10/94, s. 36

(2)

*Wielkie religie Wschodu (buddyzm, hinduizm, taoizm) rozwinęły – znaną już w starożytnym Egipcie – doktrynę reinkarnacji: wielokrotnego powrotu jaźnie zmarłych do świata materialnego. Wg niej wystarczy sama chęć do życia, by odrodzić się w nowym wcieleniu. Nasze poprzednie życie ma wpływ na następne, pozwala naprawić błędy albo... powtórzyć je. Często wracamy też po nowe doświadczenia, nie obciążeni balastem przeszłości. Jeśli wierzysz, że żyłeś już kiedyś, teraz dowiesz się, kim byłeś, co robiłeś i jaki to ma wpływ na Twoją obecną egzystencję. Astrologowie wyróżniają 12 karm. Która jest Twoja, zależy wyłącznie od tego, kiedy się urodziłeś.*

Wr. 8/95, s. 55

(3)

*Używana była w starożytności do leczenia rozmaitych schorzeń. W Egipcie stosowano ją w przypadkach zapaleń, szczególnie oczu. Hipokrates wykorzystywał miedź przy zapaleniu płuc i opłucnej. Słynny Paracelsus leczył nią historię, syfilis, a także*

schorzenia płuc. W Indiach do dziś nosi się miedziane kolczyki, aby zapobiec rwie kulszowej.

Wr., 9/96, s. 48

2. Argument odwołujący się do legend, mitów, a także do zabobonów (argumentum ad superstitionem):

(1)

*Tubylcy z wysp Polinezji uważają, że bliźnięta są duszami ludzi poślubionych sobie w poprzednim wcieleniu. Wszystkie noworodki uchodzą za święte, przybyłe z czystego królestwa dobrego ducha, gdzie nie ma zła.*

Wr., 12/2003, s. 16

(2)

*Tylko ten, kto jest bez grzechu może usłyszeć mowę zwierząt w noc wigilijną. Ale gdzie takiego znaleźć? Człowiek nie byłby jednak człowiekiem, gdyby czegoś nie wymyślił: Magowie twierdzą, że trzeba pić wino z malachitowego pucharu przez 9 wieczorów poprzedzających Wigilię, wykazać szczerą skruchę za grzechy i wówczas bez trudu zrozumie się mowę i zwierząt, i roślin! Wiara w to, że właśnie w ową noc zwierzęta mówią, wzięta się z czasów, kiedy do słowiańskich siedzib nie dotarło jeszcze chrześcijaństwo. Wówczas w czasie zimowego przesilenia słońca (najkrótszy dzień w roku), które przypadało w okresie dzisiejszej Wigilii Świąt Bożego Narodzenia – cała przyroda przeżywała zjednoczenie, podobnie jak w czerwcową noc Sobótki. Wtedy właśnie człowiek pojmował, że jest także częścią natury i bez trudu rozumiał jej mowę.*

Wr., 12/94, s. 14

(3)

*Aby ochronić młodą matkę i noworodka przed złymi duchami, w wielu regionach Polski wkładano pod jej łóżko siekierę lub kosę, a ona sama dla odstraszenia demonów stale nosiła przy sobie nóż.*

Wr., 12/2003, s. 16

3. Argument z autorytetu odwołujący się do ignava ratio:

(1)

*Wiara w przeznaczenie zakłada, że nasz los jest gdzieś zapisany. Gdzie? Od wieków wierzono, że w gwiazdach. Dzisiaj też chętnie pytamy astrologa; czy jesteśmy sobie przeznaczeni, czy będziemy ze sobą szczęśliwi? Można spróbować odpowiedzieć na te pytania, sporządzając horoskop porównawczy lub wektorowy – odpowie profesjonalny astrolog.*

Wr. 5/2004, s. 13

(2)

*Wypowiedź bioenergoterapeuty: Każdy bowiem ma w swojej aurze ślady nierozwiązanych problemów nie tylko własnych, ale i swoich przodków. Hindusi nazywają to karmą, u nas często mówi się „fatum” czy „przeznaczenie”. (...) główną przyczyną jej problemów było głębokie przygnębienie, które odziedziczyła po przodkach*

Wr., 11/2000, s. 19



#### 4. Powołanie się na wiedzę z zakresu astronomii i astrologii:

(1)

*„Dziecko dwóch matek”: Liczby urodzeniowe wskazują na wewnętrzne rozdwojenie bohatera tekstu. Silny wpływ JEDYNKI reprezentującej pierwiastek męski, znalazł się w opozycji do ÓSEMKI, związanej z pierwiastkiem żeńskim. To wywołało konflikt (...).*

Wr., 11/2000, s. 30

(2)

*Czy Michał rzeczywiście ma te właściwości czy tylko udaje? (...) Odpowiedzi szukaliśmy wśród gwiazd. Koniunkcja jego urodzeniowego Słońca z Saturnem podpowiada, że ojciec krótko go trzyma. Pomaga mu w tym koniunkcja Plutona z Księżycem, obdarzając go umiejętnością manipulowania ludźmi poprzez słowo lub oddziaływanie energią. Także w tym kierunku pracuje trygon Plutona do Marsa i Jowisza w Bliźniętach tworzący sekstyl ze Słońcem. Możemy więc z pełną odpowiedzialnością stwierdzić, że Michał obdarzony jest ogromną siłą i energią wewnętrzną. Gwiazdy mówią, że może być doskonałym informatykiem. Powinien pracować w szpitalu przy aparaturze diagnostycznej.*

Wr., 2/96

#### 5. Argumentum ad fidem (odwołujący się do wiary religijnej):

*„Co mówi Twój Anioł Stróż”*

*Zanim przyszliśmy na świat, podobno mieszkaliśmy z aniołami w rajskim ogrodzie. Kiedy zapadła decyzja o naszym narodzeniu, Anioł Stróż położył nam palec na ustach, byśmy nie opowiadali o tym, co przeżyliśmy w niebie. Ślad jego dotyku ma każdy z nas – to podłużne wgłębienie pomiędzy nosem a górną wargą.*

Wr., 11/2000, s. 15

#### 6. Argumentum ad metum (odwołujący się do bojaźni i trwogi):

(1)

*Niezwykłą atmosferę imprezy podsycił Jan Pączko – radiesteta, egzorcysta, jasnowidz – który oznajmił podczas wykładu, że na Sali dostrzegł 30 duchów! Wszystkim dreszcz przeszedł po plecach. Na szczęście, obyło się bez egzorcyzmów.*

Wr., 11/2000, s. 87

(2)

Tytuł: *„Jeśli w Twoim domu straszy...”*

*Jęki, zgrzyty, przesuwanie mebli lub jakieś stukoty spać nie dają (...). Domownicy roztrzęsienie, zwierzęta przestraszone... Co robić? Jak pozbyć się nieproszonych czy też „nastanych” przez nieżyczliwych i zawistnych sąsiadów, gości?*

Wr., 9/1996, s. 6

U podstaw argumentacji zawartej w czasopiśmie „Wróżka” leży perswazja, która ma za zadanie przekonać czytelnika do zmienienia postawy na sugerowaną przez nadawcę. Ze względu jednak na charakter tej gazety większość zawartych w niej argumentów ma na celu udowodnienie zjawisk irracjonalnych. Jest to jakby zaprzeczenie argumentu **a nescire ad non esse (od niewiedzy do nieistnienia)**, czyli wnioskowania, w którym osoba na podstawie tego, że nie wie, jaki fakt zaszedł, dochodzi do przeko-

niania, że nie miał on w ogóle miejsca. Zdawałoby się niekiedy, że jest tu udowadnianie czegoś, co wydaje się nie do udowodnienia, dlatego też zawarta jest tu niezwykle pomysłowa argumentacja. Większość przedstawionych tez udowadnianych jest za pomocą argumentów, takich jak: **argumentum ad antiquitatem**, **argument z autorytetu odwołujący się do ignava ratio**, **argumentum ab exemplo**, czy też **powołujący się na wiedzę z zakresu astronomii i astrologii**. Nie manipulują one czytelnikiem, gdyż ukazują konkretne wydarzenia, których fundamentem jest prawdopodobieństwo i racjonalizm. Oddziałują na rozsądek czytelnika, więc mają charakter czysto perswazyjny. Inaczej jest z **argumentacją odwołującą się do wiary, zabobonów, bojaźni i trwogi**, gdyż nie informuje ona o danym zjawisku wprost, lecz ukrywa je „pod płaszczykiem” niesamowitości i niezwykłości. Stosowanie takiego mechanizmu dzieje się poza świadomością adresata i jest manipulacją.

### 3.2. Środki stylistyczne w funkcji manipulacyjnej

Styl, według Haliny Kurkowskiej i Stanisława Skorupki (1956, s. 2), jest *zespolem środków językowo-stylistycznych, a więc środków pełniących ekspresywno-impresyjną funkcję w wypowiedzi*. Jaki jest z kolei cel stylistyki w tekstach perswazyjnych? Już Arystoteles (1998, s. 236.) twierdził, że *nie wystarczy przecież wiedzieć, co należy mówić, ale trzeba też umieć to w należyty sposób wyrazić, ponieważ od tej właśnie umiejętności w dużym stopniu zależy wrażenie, jakie odnosimy na temat charakteru i wartości mowy*. Jadwiga Kowalikowa (2001) podkreśla, że stylistyka jako teoria dokonuje opisu i klasyfikacji środków językowych (m. in. figur stylistycznych). Z kolei stylistyka jako sztuka (stylistyka praktyczna) uczy, w jaki sposób używać tych środków, by pisać zarówno pięknie, jak i skutecznie. Stylistyka pragmatyczna ma zatem swoje zastosowanie w tekstach perswazyjnych. Jej zadanie polega na takim doborze środków językowych, które są wystarczająco odpowiednie, by pozyskać odbiorcę. Nadawca jawi się tu jako kreator dokonujący wyboru zjawisk językowych pod kątem ich celowości i przydatności w komunikacji z odbiorcą. Mamy tu więc do czynienia z gramatyką komunikacyjną. Grażyna Habrajska (2001) podkreśla, iż z perspektywy komunikacyjnej przyjmuje się funkcjonowanie języka na poziomie ideacyjnym (przedstawieniowym), interakcyjnym i dyskursu. Na poziomie ideacyjnym ważne jest pytanie *co mówię?*. Nadawca informuje tu tylko o faktycznym stanie rzeczy, co nie wyklucza zastosowania określonego wariantu stylistycznego. Wybór jednak odpowiedniej formy stylistycznej do realizacji określonego celu komunikacyjnego odbywa się na poziomie interakcyjnym. Sens informacji jest tu zdeterminowany pytaniem: *po co mówię?* i uzależniony od intencji nadawcy, który dąży do osiągnięcia konkretnego celu. Sam efekt końcowy, czyli sposób wykonania danego komunikatu, odbywa się już na poziomie organizacji dyskursu i jest poprzedzony pytaniem: *jak mówię?* Dla stylistyki pragmatycznej najbardziej charakterystyczne są pytania: *po co mówię?* i *jak mówię?*, gdyż mają one na celu stworzenie perswazyjnego komunikatu.

Styl publicystyczny, spotykany w różnych środkach masowego przekazu, odznacza się dużym zróżnicowaniem. W tego typu gatunkach ważniejsza jest ocena i interpretacja zjawiska niż sama informacja. Dlatego też nie razi w nich obecność wyrazów o silnym zabarwieniu emocjonalnym, a także licznych środków stylistycznych, służących uatrakcyjnieniu tekstu. Nadawcy, którego zadaniem jest przekonywanie odbiorcy do

określonych poglądów, przysługuje duża swoboda w zakresie konstrukcji artykułu i doboru słownictwa. Nie znaczy to jednak, że autor tekstu może nie respektować prawideł gramatyki danego języka. Łamanie reguł językowych dozwolone jest tylko wtedy, gdy zmierza ku pozyskaniu czytelnika. To właśnie świadomie użyta zabawa słowem, oryginalność, bogactwo skojarzeń i ciekawe innowacje językowe przyciągają uwagę odbiorcy, a w efekcie skutecznie na niego oddziałują. Poniższa analiza językowo-stylistyczna dokonana jest ze stanowiska celowości i przydatności użytych w nim środków językowych. Zaproponowany schemat jest następujący:

#### I. TROPY STYLISTYCZNE (z gr. *trópos* – zwrot, obrócenie, kierunek, kształt):

1) metafora (gr. *metaphora* – przeniesienie) czyli, cytując Arystotelesa (1998, s. 351 – 351.), to *przeniesienie nazwy jednej rzeczy na inną: z rodzaju na gatunek, z gatunku na rodzaj, z jednego gatunku na inny lub też przeniesienie nazwy z jakiejś rzeczy na inną na zasadzie analogii*. Metafora umożliwia niekonwencjonalne i dzięki temu przyciągające uwagę przedstawienie myśli, co czyni ją użytecznym środkiem perswazji. Jest ona obecna zarówno w tytułach, jak i części opisowej artykułu. Zaobserwowany rodzaj metafory we „Wróźce” to:

a) metonimia (gr. *metonimia*, pol. – zamiennia) przede wszystkim występuje w tekstach dotyczących charakterystyki znaków zodiaku, w których nadawca rzadko stosuje sformułowania typu: *osoba spod znaku Barana...* Częściej ogranicza się do krótszych form: *Dla Barana najlepsze są zwykłe oszlifowane kamienie – jaspis, rubin lub brylant, dla Byka – turkusy i szafiry; Panny trzeba wspomóc szafirami*. Innego rodzaju metonimie już nie są tak często spotykane w tego typu gazetce. Jednym z nielicznych przykładów może być metafizyczne stwierdzenie: *budzenie się duszy*, które zostało użyte w czasopiśmie zamiast: *budzenie się mózgu, budzenie się człowieka ze śpiączki*.

b) peryfraza (łac. *periphrasis*) to trop polegający na zastąpieniu właściwej nazwy rozbudowanym opisem. Nie tylko pełni funkcje zdobnicze, ale jest tu także eufemizmem. Zwrot *Komnata Wspomnień* niesie ze sobą miłsze konotacje niż wyraz *czyścić*: *Kiedy duch już się TAM znajdzie, zostaje wprowadzony do Komnaty Wspomnień. Tutaj może oglądać swoje życie niczym w kinie – wydarzenie po wydarzeniu*. (Wr., 11/2000, s. 33), a „*pogromca gronkowca*” budzi większe zaufanie niż *lekarz*.

c) hiperbola (łac. *superlatio* – przewyższenie) używana jako środek ekspresji, polega na celowym wyolbrzymieniu i przejawieniu jakiegoś zjawiska. W celach perswazyjnych wykorzystywana jest jako środek, za pomocą którego nadawca pragnie poruszyć odbiorcę i wpłynąć na niego poprzez podkreślenie ważności omawianego aspektu. Przykładów hiperboli jest niezwykle dużo w gazetce wróźbiarskiej. Wybrany fragment to: *Wieloletnie doświadczenia największego polskiego zielarza ks. Klimuszko owocują teraz wspianiałymi przypadkami wyleczeń. Wielki człowiek i genialny zielarz doceniony został już nieomal na całym świecie (Europa, Ameryka, Afryka, a nawet Australia). Swoją sławę zawdzięcza poszukiwanym i niedostępnym (do niedawna) zestawom ziołowym*.

d) animizacja (ożywienie) – także stanowi bardzo nieliczną grupę. Przykładem może być zdanie: *Prostowanie losu. Olga Milajewa pomaga ludziom pozbyć się złej karmy*

e) personifikacja (uosobienie, łac. *persona* – osoba) jest najczęściej występującym rodzajem metafory we „Wróźce”. Trop ten podkreśla moc i znaczenie planet oraz na-

rzędzi, za pomocą których wykonywane są wróżby: Panuje nad Wami Wenus; Wenus daje Wam dyplomację, Jowisz obdarzył Was wielką energią i odwagą, dziećmi ponie-  
działku rządzi Księżyc; Jego podświadomością rządzi Siódemka; karty namawiają Cię do korzystania z usług bioenergoterapeutów; karty wyraźnie mówią o okresie około półtora roku, który jest potrzebny na leczenie; gwiazdy wiedzą swoje; w każdym mieszkaniu zostają wibracje dawnych radości, smutków i emocji – wżerają się w sprzęty i ściany...

2. porównanie (łac. *comparatio*) jest niezwykle rzadkim tropem stosowanym we „Wróżce”. Wynika to z tego, iż informacje przedstawione w tym czasopiśmie dotyczą najczęściej sfer irracjonalnych. Trudno jest zatem je do czegoś porównać. Inaczej jest w języku reklamy. Tu odbiorca ma do czynienia z konkretnym produktem, który może być: delikatny jak jedwab bądź lekki niczym powiew wiosny. Jednym z nielicznych porównań występujących w gazecie „Wróżka” jest: Metoda Jonasa jest tak skuteczna jak pigułka, której nie wszystkie kobiety mogą używać. Jego perswazyjny charakter ma zdanie rozwijające, które zawiera dodatkową, niezwiązaną ze zdaniem nadrzędnym treść.

3. epitet (gr. *epitheton* – przydawka) uwydatnia określoną cechę osoby, przedmiotu, zjawiska czy też pojęcia. Przyczynia się do konkretyzacji zjawiska, jego uplastycznienia i ubarwienia. Epitety są częstym środkiem stylistycznym stosowanym w tego rodzaju gazecie wróżbiarskiej. Najczęściej są to przymiotniki właściwe językowi baśni i wróżb, typu: nawiedzona maklerka, tajemniczy pierścień, magiczne zabiegi, tematyka astralna, brama piekieł, kabała perska, styczniowe wróżby, spiralna moc, święte nierządnice, magiczna kuchnia, wyśniona zagłada, magiczne szpilki. Inne z kolei określają rzeczowniki związane z magią i przewidywaniem przyszłości: wielka bogini, szczęśliwy przypadek, karnawałowa magia, doskonały rok, joga palców, domowe czary, dobre fluidy, myślące pioruny, skrzydlate wróżby, zła myśl, tańczące trumny, bądź w połączeniu z rzeczownikiem mają funkcję metaforyczną: duchy kapusty i szpinaku.

## II. SKŁADNIOWE ŚRODKI STYLISTYCZNE

1. Zdanie pytajne – w zależności od jego typu pełni w tekście perswazyjnym wiele funkcji: może wyrażać emocje nadawcy, oddziaływać na uczucia czytelnika lub zapraszać go do wspólnego dialogu.

a) pytanie retoryczne – jego celem nie jest uzyskanie informacji, lecz wskazanie wątpliwości i niepewności nadawcy: *Kto będzie kolejną ofiarą? Plac teatralny w Warszawie – miejscem złych mocy?* (Wr., 10/95, s. 24), czy też podkreślenie problemu, któremu nadawca chce poświęcić swoją uwagę: *Czy warto znać datę lub okoliczności swojej śmierci? Może tak, ale po co? To jak życie z wyrokiem. Niektórzy próbowali go „odroczyć” i sprytnie, jak im się zdawało, oszukać Los. Czy coś im to dało?* (Wr., 11/2000, s. 22)

b) pytanie otwarte – jego definicja przytoczona przez K. Szymanka (Szymanek, 2001, s. 262) brzmi następująco: *pytanie otwarte to pytanie, które nie wyznacza swoim kształtem postaci odpowiedzi (...). Zapytany, mając szeroki margines swobody w konstruowaniu odpowiedzi, może zbudować odpowiedź zawierającą informacje jego zdaniem najistotniejsze*. Pytanie tego typu zakłada zatem dialog pomiędzy nadawcą a odbiorcą, a także wolny wybór czytelnika w stworzeniu odzewu. W czasopiśmie „Wróżka” pytanie otwarte ma jednak inne założenie. Nie ma na celu dialogu z adresatem, gdyż nadawca od razu formułuje odpowiedź. To typowy chwyt perswazyjny, który nie pozwala odbiorcy na chwilę zastanowienia, lecz natychmiast prezentuje mu receptę likwidującą wątpliwość wskazaną w pytaniu. Wybrany przykład to: *Chcesz poznać wierność żony twojej lub innej niewiasty? Połóż diament na czole śpiącej: niepocziwa porwie się nagle łóżka*. Wr., 1/95, s. 11.

c) pytanie metaforyczne: *Dzień dobry, czy zamawiał pan ŚMIERĆ?* Treść pytania jest złagodzona przez jego konstrukcję. To niejako modyfikacja pytania postawionego przez kelnera w restauracji, które mogłoby brzmieć: *Dzień dobry, czy zamawiał pan herbatę?* Grozę może budzić sposób zapisania leksemu *śmierć* za pomocą drukowanego pisma. Pytanie to jest jednocześnie tytułem artykułu, który ukazuje fatalizm życia człowieka i jego bezcelową ucieczkę przed losem ostatecznym. Podtytuły umieszczone w tekście: *Wierz w sny żony i kochanki; Strzeż się ślepego narzędzia losu; Miej w powadze astrologów* mają postać napomnień przestrzegających czytelnika przed lekceważeniem losu i jednocześnie są zapowiedzią konkretnych wydarzeń historycznych, które potwierdzają wspomniane wskazówki.

III. STYLIZACJA – to kształtowanie wypowiedzi według pewnego wzorca stylistycznego. Dorota Zdunkiewicz-Jedynak (2006) wyróżnia następujące rodzaje stylizacji, które są także obecne w czasopiśmie „Wróżka”:

1. Stylizacja literacka – to świadome nawiązywanie do innego tekstu bądź stylu innego autora pod kątem charakterystycznego słownictwa, frazeologii, kompozycji itp. Jej specyfiką jest umiejętny dobór środków plastycznych przedstawiających dane zjawisko, które swoją wyrazistością działają na wyobraźnię odbiorcy. Charakteryzuje się zastosowaniem nieutartych środków wyrazowych, czego przykładem mogą być poezyzmy (wyrazy i wyrażenia spotykane w stylu artystycznym). Można wyróżnić jej wiele odmian, m. in. stylizację na język poetycki lub stylizację biblijną: *Wczesnym rankiem, kiedy słońce budzi ptaki, cały świat srebrzy się od październikowej rosy. Nad wykoszo-*

*nymi łakami snują się srebrzyste mgły, by powoli opaść ku potyskującym trawom. Październik niesie ze sobą tajemniczy czar. (...) Urodzeni w październiku noszą w sobie jego tajemniczość.* (Wr., 10/95, s.11.)

Przykład ten to poetycki opis przyrody i jej zmian zachodzących w październiku. Ukazanie nastroju tajemniczości jest swoistym wstępem do charakteryzacji osób urodzonych w tym miesiącu.

- ❖ Stylizacja na język biblijny – posiada cechy języka charakterystyczne dla stylu Pisma Świętego: *Na początku bogiem człowieka była kobieta. Nie bez powodu Księżyc w większości języków świata jest rodzaju żeńskiego.* Wr., 1/95, s. 17.

Powyższy przykład przypomina swą konstrukcją fragment ewangelii świętego Jana: *Na początku było Słowo, a Słowo było u Boga i Bogiem było Słowo.* (*Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu*, 2000, J 1,1) a także opis powstania świata w ujęciu mitologicznym: *Na początku był Chaos* (Parandowski, 1959, s. 41).

2. Scjentyzacja – to wprowadzenie do tekstu elementów stylu naukowego. Charakteryzuje się obfitością słownictwa erudycyjnego oraz użyciem wielu terminów (specjalistycznych pojęć). Styl ten cechuje obiektywizm i dystans autora do przekazywanej treści. Warunkiem sukcesu interakcyjnego jest jednak przygotowanie merytoryczne czytelnika. Tylko wtedy adresat może zrozumieć tekst i zgodzić się z intencją nadawcy. Biorąc jednak pod uwagę fakt, iż czasopismo „Wróżka” jest przeznaczone dla każdego czytelnika, posłużenie się stylem naukowym i używanie fachowych pojęć może wywierać dobre wrażenie na odbiorcy, potrafi go przekonać, a nawet zahipnotyzować swoją erudycją. Ma więc walor perswazyjny.

Wybrany przykład:

*Angielski fizyk Victor Henseley w swojej pracy o rozmaitych falach, które przetaczają się przez Wszechświat, wyraził pogląd, że zjawy są wizualnym przejawem energetycznego pola, które „magazynuje” i jest w stanie odtworzyć minione wydarzenie, pod warunkiem, iż towarzyszyły im silne ludzkie emocje.* Wr., 6/2003, s. 31

3. Kolokwializacja – to imitowanie stylu potocznego poprzez nasycanie tekstu elementami ekspresywnymi. Charakteryzuje się swobodą wypowiedzi, stosowaniem potocznych zwrotów, zdań niepełnych i urwanych.

Wybrany przykład:

*Ma dwie pasje: wahadełko i wodę. Dzięki tej pierwszej czyni cuda tą drugą. W żyły wodne i podziemne ujęcia Tadeusz Zbiegieni „trafia” bez pudła.* Wr., 6/2003, s. 36

#### IV. SŁOWNICTWO I LEKSYKALNE ŚRODKI STYLISTYCZNE

Wyrazy są podstawowym budulcem każdej wypowiedzi, a odpowiedni ich dobór nadaje komunikatowi indywidualny charakter. Do zadań nadawcy, szczególnie w tekście perswazyjnym, należy stosowanie takiego słownictwa, które potrafi zwrócić na siebie uwagę oraz w sposób nieświadomy wpłynąć na odbiorcę.

##### 1. Dyrektywy i konstancje powinnościowe

Jednym z wielu sposobów zachęcania do przyjęcia określonych postaw, wyrażania ocen przez nadawcę i formułowania wskazówek dotyczących postępowania jest posługiwanie się dyrektywami, realizowanymi głównie przez czasowniki *musieć, powinien, trzeba, wolno, należy*, a także zwrotami wyrażającymi konieczność, pewność i możliwość: *może, jest możliwe, z pewnością*. W czasopiśmie „Wróżka” dyrektywność jest

najczęściej realizowana poprzez stosowanie czasowników w trybie rozkazującym, choć obecność pozostałych jej wykładników jest również obecna w gazetach wróżbiarskich.

Na przykład:

(1)

*Kuchenka nie powinna stać tuż przy zlewie czy lodówce, ponieważ wywoła to konflikt między żywiołem ognia i wody. Posiłki przygotowane w tych warunkach mają zachwianą równowagę energetyczną.*

Wr., 10/95, s. 6

(2)

*Niezależnie od tego czy dopiero planujesz macierzyństwo, Twoje dziecko jest jeszcze malutkie, czy przerosło Cię już o głowę, z pewnością marzysz o tym, aby być idealną matką.*

Wr., 6/2003, s. 60

(3)

*Jeżeli to (jest) możliwe, przenieś ze starego do nowego domu ogień, by się przyjął na nowym miejscu.*

Wr., 1/95, s. 6

## 2. Słownictwo ogólne

a) rzeczowniki – na ogół dotyczą terminologii astrologicznej i astronomicznej. Użycie słownictwa naukowego sugeruje, iż nadawca dokonał fachowych i szczegółowych obliczeń dotyczących położenia planet i ich wpływu na przyszłość. Wzmacnia to wiarygodność wróżby, co jest skutecznym środkiem perswazyjnym. Ze względu na charakter czasopisma, jest ono także przepełnione rzeczownikami abstrakcyjnymi. Najliczniejsze i najczęściej powtarzające się słowa to: *anioł, ascendent, astrolog, astrologia, aura, bioenergoterapeuta, bogactwo, bogini, Bóg, czakra, czarodziejki, czarownice, czary, czas, człowiek, dekada, demon, dom, duch, energia, fatum, fluidy, fortuna, groza, gwiazdy, hipnoza, jasnowiedz, joga, karty, klątwa, konfiguracja, koniunkcja, Los, magia, miłość, moc, myśl, nastrój, niebo, nów, numerolog, organizm, partner, pełnia, piekło, piorun, planeta, przepowiednia, Przeznaczenie, przypadek, przyszłość, psychiatra, psycholog, rok, runa, samopoczucie, sekstyl, sen, śmierć, świat, tajemniczość, trygon, wizjoner, wróżba, Wszechświat, zaświaty, zjawa, Zodiak, zdrowie, związek, życie, żywioły*, a także nazwy gwiazd i planet: *Jowisz, Księżyc, Słońce, Wenus* itp. Warto zwrócić uwagę również na nazwy własne, a szczególnie na pseudonimy autorów tekstów. Rzadko podpisują się autentycznymi imionami i nazwiskami: *Wiedźma, Wróżka, Hildegarda, Mag, Alfa*.

b) przymiotniki – przyczyniają się do konkretyzacji zjawiska, jego uplastycznienia i ubarwienia. Najczęściej dotyczą tematyki wróżbiarskiej: *antyczny, astralny, Boży, chory, dawny, grudniowy, grzeszny, jesienny, magiczny, nawiedzony, niesamowity, nieśmiertelny, pechowy, perski, prawdziwy, przeklęty, spiralny, starożytny, styczniowy, święty, tajemniczy, wyśniony, zimowy*. Inne z kolei dają wyraz emocjonalnemu ustosunkowaniu nadawcy wobec opisywanego zjawiska: *dobry, domowy, doskonały, idealny, karnawałowy, myślący, najważniejszy, nieoceniony, niepotrzebny, niepożądany, nieznośny, niezwykły, szczęśliwy, świetny, wielki, wyjątkowy, zły, znakomity*.

### 3. Przysłowia, powiedzenia, związki frazeologiczne.

W gazecie „Wróżka” najczęściej są one konkluzją postawionej wcześniej tezy: **PIĄTEK – dobry do rozpoczynania nowych spraw. Ale nie radzę biesiadować, bawić się – bo może stać się feralny.** „Kto w piątek skacze, ten w niedzielę płacze” – mówi przysłowie. (...) **NIEDZIELA – dzień ni taki, ni siaki. Czas lenistwa, wolny od czegokolwiek:** „Kto szanuje niedziele i dni boże – Pan mu pomoże”. Nie wolno w niedzielę kupować, sprzedawać, omawiać spraw materialnych, bo kto w niedzielę jarmarczny, temu na sól nie starczy (Wr., 1/95, s. 7), niekiedy są tytułem artykułu: *Na pohybel złym mocom*<sup>3</sup>, a kiedy indziej modyfikacją znanego przysłowia: *Komar rzuca, pan Bóg kulę nosi* (Wr., 8/96, s. 18-19). Ostatni przykład jest przekształceniem przysłowia *Człowiek strzela, Pan Bóg kulę nosi*, które oznacza marność człowieka wobec jego planów. *Komar rzuca, pan Bóg kulę nosi* dotyczy nieżyjącego już lekkoatlety, Władysława Komara, który wierzył, że to Bóg niesie tak daleko jego kulę podczas zwycięskich olimpiad.

### 4. Stylistyka tytułów

Tytuły obok funkcji informacyjnej mają także funkcję perswazyjną, która jest nadrzędna i prymarna. Często odwołują się do emocji, korzystają z nakłaniających środków leksykalnych, a swą oryginalnością zachęcają do lektury. W czasopiśmie „Wróżka” tytuły zawierają słownictwo głównie związane ze sferą irracjonalną i metafizyczną, co wzbudza ciekawość czytelnika. Zgodnie z typem wypowiedzi, można je podzielić następująco:

#### a) wypowiedzenia werbalne (zdania):

- ❖ oznajmujące: *Opiekunowie stamtąd. Zmarli kierują losami żyjących bliskich; Jak możni tego świata próbowali przechrzyć kostuchę; Urodziła się stara dusza. Wróżka Gabi spojrz i wie o człowieku wszystko;*
- ❖ pytające: *Dzień dobry, zamawiał pan śmierć?; Czy możemy istnieć bez ciała po końcu świata?; Ile waży świadomość? Naukowcy zważyli uchodzącą z ciała duszę.*
- ❖ żądające: *Zrównoważ swoją energię*

#### b) wypowiedzenia niewerbalne:

- ❖ równoważniki zdań: brak
- ❖ zawiadomienia: *Metafizyczne wakacje w Bułgarii; Fatum nad rodziną Leny; W górach, blisko Przeznaczenia; Księżę i duchy* (modyfikacja tytułu Marka Twaina *Księżę i żebrak*); *Okno ku wieczności; Strażnicy świątyni; Jesienne cyfry; Lekki z bożej apteki; Dieta z gwiazd; Magiczna kuchnia; Na pohybel złym mocom; Naga zjawa z wrzosowiska.*

Paulo Coelho powiedział, że *ludzie łatwo ulegają czarowi słów i obrazów*. To przede wszystkim słowa, a w wypadku czasopism także oprawa graficzna, mogą się okazać najbardziej skuteczne we wróżbiarstwie. Treści merytoryczne nie są tak istotne jak to, by w odpowiedni sposób je przekazać. Analiza językowa miesięcznika „Wróżka” pozwoliła zauważyć, iż zawarte w niej artykuły są niezwykle dobrze i precyzyjnie przygotowane. Zawierają bogatą argumentację i bujną warstwę stylistyczną. W tekstach

<sup>3</sup> **Pohybel** to wyraz pochodzenia ukraińskiego oznaczający ‘zgubę, zatracenie; szubienicę’ (Słownik języka polskiego pod red. M. Szymczaka). „Na pohybel” oznacza więc: ‘na zgubę, na nieszczęście’.



pisanych autorzy mają czas, by przemyśleć temat, o którym będą pisać, odpowiednio go dopracować, co w rezultacie owocuje starannie napisanym artykułem z wieloma chwytami bądź to perswazyjnymi bądź manipulacyjnymi. Gazeta „Wróżka”, szczególnie numery od 2001 roku, wydaje teksty o wysokiej wartości językowej. Przygotowana argumentacja wykorzystuje różnorodne środki wypowiedzi, elementy obrazowe, uwzględnia szczegóły związane z określoną tematyką, opiera się często na bardzo precyzyjnej wiedzy historycznej, a także na wypowiedziach ważnych autorytetów. Bogato przygotowana warstwa stylistyczna posługuje się stylizacją tekstów na inne, wykorzystuje liczne tropy, elementy autotematyczne, a także leksykalne środki stylistyczne. W tym wypadku tworzy atmosferę niesamowitości i niezwykłości, dzięki czemu bardziej oddziałują na emocje czytelnika niż na jego rozsądek, a to bliższe jest już manipulacji.

Podsumowując, wszystkie artykuły zamieszczone w gazecie „Wróżka” pełnią i funkcję perswazyjną, kiedy przytaczają naukową i historyczną argumentację, i manipulacyjną, gdy dzięki odpowiedniej stylizacji tworzą atmosferę tajemniczości i niezwykłości. Nakłaniają, dając wolny wybór, a niekiedy narzucają w sposób ukryty i zakamuflowany określone poglądy.

#### **Literatura:**

- ARYSTOTELES: Retoryka-Poetyka. Warszawa 1998.  
BATKO, A.: Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji. Gliwice 2005.  
DUNIN, J.: Papierowy bandyta. Polska: Łódź 1974.  
HABRAJSKA, G.: Kompetencja stylistyczna w interakcji. In: Stylistyka a pragmatyka. Ed. B. Witosz. Katowice 2001.  
J 1,1, In: Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu. Poznań 2000  
KURKOWSKA, H. – SKOUPKA, S.: Stylistyka polska. Warszawa 1959.  
KOWALIKOWA, J.: ABC... wiedzy o języku polskim. Kraków 2001.  
PARANDOWSKI, J.: Mitologia. Warszawa 1959.  
SZYMANEK, K.: Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny. Warszawa 2001.  
ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, D.: ABC stylistyki, In: Polszczyzna na co dzień. Ed. M. Bańko. Warszawa 2006.