

Style perswazji w polskim i niemieckim komentarzu ekonomicznym w prasie publikowanej online

IWONA SZWED

(Rzeszów)

1. Uwagi wstępne

Zważywszy na fakt, że wiek XX określany jest przez badaczy jako lingwocentryczny, a jego pierwsza połowa nawet jako lingwistykocentryczna (por. Gajda 2008: 9), nie dziwi współczesne zainteresowanie lingwistów rzeczywistością językową, ujmowaną w ostatnim półwieczu jako działalność komunikacyjna lub działalność poznawczo-kulturowa. Szczególną uwagę zwraca się na zanurzenie języka w otaczającym go świecie, zwłaszcza zaś na powiązanie działań komunikacyjnych z ich kontekstem społeczno-kulturowym¹. Duży wpływ na przeobrażenia w języku przypisuje się zmianom zachodzącym w skali globalnej i europejskiej w ramach dokonujących się procesów ekonomicznych, społecznych i politycznych (por. Gajda 2008: 11). Stąd przedmiotem niniejszego artykułu stał się komentarz ekonomiczny publikowany w prasie ukazującej się online. Procesy ekonomiczne mają bowiem coraz ściślejszy związek z życiem czytelników prasy, dlatego budzą ich żywe zainteresowanie. Wykorzystanie Internetu do publikowania artykułów i komentarzy prasowych jest natomiast świadc-

¹ Por. również stwierdzenie K. Ożoga (2003: 55), że w kwestii kształcenia językoznawczego weszliśmy ostatnio w epokę postlitracką. Z takim trendem wiąże się pragmatyngwistyczne podejście do działań językowych.

twem rosnącej dominacji mediów elektronicznych w komunikacji społecznej oraz rozwoju technologii informatycznych i globalizacji.

Mimo globalizacji styl perswazji językowej jest nadal w dużym stopniu zależny od uwarunkowań kulturowych. M. Wieczorek (1999: 51 i n.) słusznie zauważa, iż w kulturze europejskiej język jest głównie narzędziem przekazywania myśli i znaczeń, więc o jego precyzyjności decyduje logika wyvodu. Natomiast np. na Bliskim Wschodzie dominuje styl estetyczny, w którym cel perswazyjny osiągany jest przede wszystkim dzięki pięknu słów.

W niniejszym referacie pytanie o style narodowe rozpatrywane jest w kontekście porównawczej analizy polskiego i niemieckiego komentarza prasowego o tematyce ekonomicznej. Środkiem do uchwycenia różnic i podobieństw jest przy tym m.in. badanie struktur illokucyjnych w tekstach, metoda badawcza dość popularna w językoznawstwie w latach 80. i 90. ubiegłego stulecia², a następnie mocno krytykowana (por. np. Heinemann, Heinemann 2002: 86 czy Brinker 2000: 172). W artykule zostanie pokazana możliwość wykorzystania tej metody w badaniach komentarzy prasowych. Pod uwagę wzięto wyłącznie teksty publikowane w polskiej i niemieckiej prasie online, która – przez swą popularność – stanowi ciekawy materiał do badań nad zmianami w ujęciu tekstu, np. do stawiania pytań o granice poszczególnych gatunków, o swobodę odbiorcy tekstu w doborze „modułów” w Internecie czy o jego współodpowiedzialność za powstały w ten sposób tekst.

2. Perswazja a manipulacja

W językoznawstwie zarówno polonistycznym, jak i germanistycznym termin „perswazja” wyjaśniany jest w oparciu o łacińskie słowo *persuadere* (*namówić, przekonać* – por. Kopaliński 1989: 391) i oznacza „tłumaczenie komu czego, przekonywanie kogo o czym [...]” (Doroszcwski 1964: 257)³, a także „namawianie lub odradzanie z przytoczeniem argumentów popierających słuszność zdania, przekonywanie kogoś o czymś” (Dubisz 2003: 415). Jako germanistka nie mogę tu nie wspomnieć o wątpliwościach związanych z definiowaniem w językoznawstwie germanistycznym perswazji zarówno jako *überreden* (rozumiane jako ‘namówić’, ‘nakłonić’ przy niewielkim świadomym działaniu od-

² Por. np. Scarle 1971; Wunderlich 1976; Sökeland 1980; Liedtke 1998; Brinker 1997 oraz dokonania grupy lingwistów skupionej wokół I. Rosengren, tzw. grupy z Lund.

³ Dla języka niemieckiego por. definicja w: *Das Fremdwörterbuch* 1990: 594.

biorcy komunikatu językowego), jak i *überzeugen* (czyli ‘przekonać’ przy całkowicie świadomym działaniu odbiorcy)⁴. Nawet jeśli za T. Lewandowskim (1994: 790) przyjmiemy, że w komunikacji perswazyjnej nie chodzi o przekazywanie informacji, ale przede wszystkim o wywieranie wpływu na postawy, poglądy i zachowania ludzi, to w przypadku komentarza prasowego zawsze trzeba mieć na uwadze podkreślane przez J. Habermasa (1962: 222) Janusowe oblicze objaśniania i sterowania, informacji i manipulacji⁵. B. Mikołajczyk (2004: 35 i n.) podkreśla przy tym, że dotychczas w retoryce nie rozróżniano, w jaki sposób został osiągnięty efekt perswazyjny (przy świadomym współdziałaniu odbiorcy czy też nieświadomie), istotne było jedynie przyjęcie przez odbiorcę celu zakładanego przez nadawcę (*Etablierung des eigenen Anliegens beim Rezipienten* – Mikołajczyk 2004: 35). Jeśli jednak działania perswazyjne odniesiemy wyłącznie do ich efektu, nie bacząc na użyte środki, to perswazję będzie można postawić na równi z manipulacją.

Dlatego istotną kwestią stanowiącą podstawę rozważań dotyczących perswazji językowej jest zaznaczenie różnicy pomiędzy perswazją a manipulacją. W sensie psychologicznym perswazja jest udaną intencjonalną próbą wywarcia wpływu na czyjś stan mentalny w akcie komunikacji, przy czym osobie tej pozostawia się pewien stopień wolności wyboru (por. O’Keefe 1990: 17). Już w tej definicji widać więc, że w sytuacji perswazyjnej odbiorcy pozostawiona jest swoboda decyzji – czy przyjmie on argumentację nadawcy, czy też nie. W tej właśnie wolności wyboru leży zasadnicza różnica pomiędzy perswazją a manipulacją. „W odróżnieniu od manipulacji zabiegi perswazyjne wpływają na stan mentalny odbiorców poprzez działanie na ich świadomość (odwołanie do przykładów, argumentacji logicznej itp.)” (Skudrzykowa, Urban 2000: 111). Natomiast manipulacja językowa „polega na działaniu na uczucia, wolę i przekonania odbiorcy nie poprzez jawne odwoływanie się do racjonalnych argumentów, ale przez niejawną oddziaływanie na jego świadomość” (Skudrzykowa, Urban 2000: 97). Przykładem może tu być choćby narzucanie sposobu wartościowania. Manipulacja jest więc terminem o zdecydowanie pejoratywnym nacechowaniu.

⁴ Por. w tej kwestii brak powyższego rozróżnienia u Lewandowskiego (1994: 790), uwagi krytyczne w: Gansel (2011: 98) oraz dyskusja nad tym problemem w: Mikołajczyk (2004: 35 i n.).

⁵ W oryginale: *Janusgesicht der Aufklärung und der Lenkung, der Information und der Manipulation* (Habermas 1962: 222).

Nie tylko w językoznawstwie niemieckim spotykamy się z brakiem wyraźnego rozgraniczenia pomiędzy perswazją a manipulacją, również polscy językoznawcy łączą ze sobą obydwie zjawiska (por. Barańczak 1975). Niektórzy jednak rozróżniają te pojęcia, jak np. R. Grzegorzczkowska (1991), która podkreśla, że perswazja jest działaniem pozytywnym, polegającym na wywieraniu wpływu na świadomość odbiorcy przy użyciu uczciwych metod i z poszanowaniem swobody wyboru. Podobnie uważa W. Pisarek (2003: 15 i n.), który postuluje, aby perswazję potraktować jako pojęcie aksjologicznie neutralne (oznaczające przekonywanie intensywne i świadome, ale etycznie obojętne), w przeciwieństwie do manipulacji, określanej jako „nieuczciwe przekonywanie intensywne i świadome ze strony naszych przeciwników na naszą niekorzyść”⁶ (Pisarek 2003: 16). W niniejszym artykule skłaniam się do takiego właśnie oddzielenia od siebie obydwu pojęć na podstawie ich różnego nacechowania aksjologicznego, a perswazję rozumiem za Pisarkiem jako „starania o wywarcie bez przymusu, za pomocą przekazów (słownych i pozasłownych) i zawartej w nich argumentacji (racjonalnej i emocjonalnej), stanowiącej wynik selekcji treści i form, wpływu na przekonania, opinie, postawy, nastroje, a co za tym idzie i na zachowania adresata/adresatów tych przekazów” (Pisarek 2003: 15).

Mówiąc o perswazji, nie sposób nie wspomnieć o towarzyszącemu jej wartościowaniu⁷, a także o wpływie emocjonalnym na odbiorcę. Działania perswazyjne to działania zamierzone, towarzyszy im więc zawsze intencja wywarcia wpływu na odbiorcę. Ciekawą tezę do rozważań o perswazji wprowadził S. Wróbel (2004: 32), określając ją mianowicie jako szczególną formę władzy, wynikającej z władzy eksperckiej, czyli z oddziaływania na odbiorcę informacjami (które najprawdopodobniej są dla niego nowe).

3. Komentarz prasowy online

Ponieważ niniejszy artykuł ma charakter kontrastywny, jest nastawiony na wykazanie ewentualnych różnic i podobieństw w definiowaniu samego pojęcia komentarza prasowego w językoznawstwie polonistycznym i germanistycznym.

⁶ Użycie przez Pisarkę w opisie manipulacji określenia „na naszą niekorzyść” sugeruje bardzo istotną kwestię – mianowicie ocena etyczna działań nadawcy i ich ewentualne zaklasyfikowanie jako manipulacji są zależne od punktu widzenia osoby oceniającej te działania.

⁷ Por. w tym kontekście rozważania Wicczorek (1999).

3.1. Komentarz w ujęciu językoznawstwa germanistycznego

W językoznawstwie germanistycznym najbardziej bodaj wyczerpujący i najczęściej cytowany opis gatunków prasowych przedstawił H. H. Lüger (1995)⁸. Badacz ten na podstawie kryterium dominującej intencji realizowanej w danym tekście wyróżnił pięć podstawowych typów⁹ tekstów prasowych: teksty o charakterze informacyjnym, teksty opiniotwórcze, teksty apelatywne, teksty o charakterze instruktażowym oraz teksty służące nawiązaniu bądź podtrzymaniu kontaktu. W ramach tych typów wyróżnione i opisane zostały poszczególne gatunki prasowe.

Komentarz prasowy przyporządkowany jest u Lügera (1995: 66 i n.) do tekstów opiniotwórczych. Intencją dominującą w tych tekstach jest głównie WARTOŚCIOWANIE. Dotyczy ono różnych aspektów – jest to np. ocena możliwości realizacji zamierzenia, ocena jakości moralnej lub estetycznej danego stanu rzeczy (lub zamierzenia), jego wagi, przydatności dla adresata lub określonych grup społecznych czy też jego ocena ilościowa. Od czytelnika oczekuje się przy tym pewnej „wiedzy wstępnej” (*Vorwissen*) dotyczącej przedmiotu oceny; najczęściej teksty opiniotwórcze zawierają nawet krótkie streszczenie danego wydarzenia lub faktu będącego przedmiotem komentarza wraz z odwołaniem do „wiedzy wstępnej” czytelnika. Celem tekstów prasowych o intencji dominującej WARTOŚCIOWANIE jest według Lügera (1995: 69) dostarczenie odbiorcy wiedzy o tym, jak należy interpretować i oceniać dany stan rzeczy z punktu widzenia danego autora lub medium. Celem takich działań językowych jest nie tylko przyjęcie do wiadomości tej oceny przez odbiorcę, lecz również jej zaakceptowanie („przejęcie” – niem. *Übernehmen*), mają one więc zdecydowanie charakter perswazyjny. Muszą w tym celu być spełnione różne warunki (por. Szwed 2012: 298 i n.), m.in. warunek zrozumienia przez odbiorcę, stąd wiele miejsca poświęca się w tekstach opiniotwórczych wyjaśnieniom i uzasadnieniom¹⁰, które mają spowodować u odbiorcy stosunek afirmatywny i złagodzić

⁸ Por. także ocenę np. Burgera (2005).

⁹ W oryginale niemieckim *Textklasse* (Lüger 1995: 66 i n.), przy czym w genealogii germanistycznej pojęcie *Textklasse*, rozumiane jako klasa rodzajów tekstu (por. *Textsortenklasse* w: Heinemann 2000: 513 i Heinemann 2009: 81), jest pojęciem nadrzędnym wobec pojęcia *Textsorte* (gatunek), rozumianego jako pewien model budowy podobnych tekstów (por. w tym kontekście również uwagi Gajdy 2009: 144).

¹⁰ W tym zakresie występują jednak pewne różnice pomiędzy komentarzami polskimi a niemieckimi, co zostanie przedstawione w części analitycznej niniejszego artykułu.

potencjalny sprzeciw wobec akceptacji sugerowanej oceny. Autor komentarza stara się przy tym antycypować w swoim tekście sprzeciw czytelnika i od razu osłabiać go kontrargumentami.

Komentarz prasowy można określić jako najważniejszy i najbardziej wyrazi-
sty spośród tekstów opiniotwórczych (por. również Burger 2005: 211). Funkcja
komentarza prasowego to według Lügera (1995: 126) niezależna interpretacja,
wyjaśnianie i objaśnianie codziennych wydarzeń, aktualnych trendów i rozwoju
działań politycznych, a celem jest potwierdzenie lub zmiana u adresata oceny
dotyczącej danego stanu rzeczy. Ponieważ wymaga to czasem odniesień do in-
nych tekstów przedstawiających ten stan rzeczy, Burger (2005: 215) określił ko-
mentarz jako „gatunek niesamodzielny”¹¹, komplementarny do notatki praso-
wej¹². Ponadto w wyniku pewnej emocjonalizacji wyrazu na płaszczyźnie języ-
kowej mogą pojawiać się elementy ekspresji, jak np. metafory czy idiomy. Ele-
mentami składowymi komentarza prasowego są według Lügera krótkie przypo-
mnienie ocenianego stanu rzeczy oraz – jako część zasadnicza – argumentacja.
Postępowanie argumentacyjne w strukturze tekstu nadaje mu charakter apelaty-
wny, przy czym adresatem apelu może być nie tylko odbiorca tekstu, ale – po-
średnio – także politycy czy jakieś instytucje.

Wprawdzie Lüger traktuje komentarz prasowy jako oddzielny gatunek, nale-
ży jednak zauważyć, że współcześnie, w wyniku zacierania się granic pomiędzy
poszczególnymi tekstami i gatunkami oraz powstawania tekstów hybrydowych,
coraz trudniej jest o klarowne podziały na teksty o charakterze czysto informa-
cyjnym i te o charakterze wyłącznie opiniotwórczym. Jak słusznie zauważa
Burger (2000: 622), tradycyjna granica pomiędzy doniesieniem prasowym
a komentarzem traci na aktualności, szczególnie zaś dotyczy to mediów elektro-
nicznych.

3.2. Komentarz w ujęciu językoznawstwa polonistycznego

W polskiej literaturze przedmiotu najbardziej wyczerpującą charakterystykę ko-
mentarza prasowego możemy znaleźć u M. Wojtak (2004). Ponieważ celem ni-
niejszego artykułu nie jest analiza samego komentarza prasowego jako gatunku
publicystycznego, skupiam się tu jedynie na wybranych cechach komentarza,

¹¹ Niem. „*unselbständige*” *Textsorte*.

¹² W oryginale niem. *Bericht*, uzasadnione wydaje się tłumaczenie na język polski jako „notatka prasowa”
por. też Wojtak (2004: 56 i n.) oraz Furman, Kaliszewski, Wolny-Zmorzyński (2000: 34).

przede wszystkim na różnicach w jego opisie w stosunku do opisu w językoznawstwie germanistycznym oraz na cechach istotnych dla celów przeprowadzonej analizy. Wojtak, podobnie jak Lüger (1995), podkreśla interpretacyjny i perswazyjny charakter wypowiedzi w komentarzu prasowym oraz aktualność poruszanych problemów (Wojtak 2004: 166), zaznacza jednak, że nie składa się on wyłącznie z opinii i może być postrzegany także jako informacja o komentowanych faktach. Istotna jest uwaga Wojtak, że „współczesna publicystyka polska odkrywa dopiero komentarz jako rodzaj wypowiedzi towarzyszący informacji” (Wojtak 2004: 166). W odróżnieniu od Burgera (por. 3.1) Wojtak traktuje komentarz jako samodzielny gatunek publicystyczny, choć blisko spokrewniony z innymi, jak np. felieton czy recenzja, zwracając równocześnie uwagę na fakt, że komentarz staje się ostatnio formą gatunkową wielokształtną, co wynika z różnorodności form wypowiedzi mających status komentarza. Ciekawym paradoksem jest przy tym z jednej strony postulowanie w pracach teoretycznych wyraźnego rozgraniczenia informacji i komentarza oraz przyznawanie informacji najwyższej rangi w kontaktach dziennikarzy z czytelnikami, z drugiej zaś strony sama praktyka dziennikarska, w której dzięki dbałości o poziom wypowiedzi komentujących i siłę ich oddziaływania podporządkowanie komentarza informacji zostaje znacznie osłabione (por. Wojtak 2004: 167). W tej kwestii ujęcie komentarza w językoznawstwie germanistycznym bardziej jest zbliżone do polskiej praktyki dziennikarskiej.

Przytoczone przez Wojtak (2004: 167) wyróżniki gatunkowe komentarza prasowego obejmują „atrakcyjność formy, jasność i precyzję wyśłowienia, stosowną siłę argumentacji i dobór innych środków perswazyjnych, umiarkowanie w stopniu kategoryczności wygłaszanych sądów”¹³. Dla celów niniejszej analizy szczególnie ten ostatni wyznacznik zasługuje na uwagę. W badanych tekstach bowiem faktycznie zaznaczyła się różnica w kategoryczności sądów pomiędzy komentarzami polskimi a niemieckimi, co zostanie przedstawione w punkcie 4. niniejszego artykułu.

W przypadku dość obszernej typologii komentarzy prasowych przedstawionej przez M. Wojtak istotny dla celów niniejszego omówienia wydaje się dokonany ze względu na relacje z tekstami informacyjnymi i ze względu na status wypowiedzi podział komentarzy na autonomiczne (samodzielne, niestowarzy-

¹³ Wymienione wyróżniki gatunkowe komentarza Wojtak przytacza na podstawie publikacji Miareckiego (2001).

szone z informacją) i nieautonomiczne (wplecione w tekst informacji lub jej towarzyszące jako odrębna wypowiedź). Ponieważ poddane analizie komentarze nie są wplecione w informację i pojawiają się samodzielnie, należałoby je zaklasyfikować do autonomicznych, choć ich związek z informacjami prasowymi jest bardzo wyraźny. Nie jest to jednak z reguły powiązanie z jedną konkretną informacją prasową, bardziej zaś odniesienie się do szeregu informacji pojawiających się na dany temat (np. obniżenie not ratingowych przez agencje ratingowe).

3.3. Hipertekstualna specyfika komentarza online

Podstawą rozważań przedstawionych w niniejszym artykule są wyniki analizy kontrastywnej korpusu złożonego z komentarzy prasowych publikowanych online. Stąd pojawia się pytanie o możliwości opisanie takich komentarzy za pomocą kategorii hipertekstualnych, charakterystycznych dla modułów tekstowych dostępnych w sieci. Specyfika komentarza ukazującego się online wynika bowiem w dużym stopniu ze specyfiki medium, w jakim on się ukazuje, czyli Internetu. Według H. J. Buchera (1999: 9 i n.) medium to charakteryzują następujące cechy:

– multimedialność, czyli wykorzystanie w komunikacji dwóch lub więcej różnych kodów semiotycznych (por. także Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009: 71)¹⁴;

– interaktywność, obejmująca z jednej strony nieograniczone możliwości selekcji dla użytkownika, a z drugiej strony specyficzne interaktywne formy komunikacji (maile od czytelników, grupy dyskusyjne czy fora); należy przy tym zaznaczyć, że istotne jest w tym kontekście rozróżnienie pomiędzy interaktywnością w sensie czysto informatycznym jako cechą właściwą oprogramowaniu, dzięki której komputer może w zaprogramowany sposób reagować na „wpisy” użytkownika, a interaktywnością w rozumieniu lingwistycznym, rozumianą jako proces społeczny, w którym człowiek odnosi swoje działania do działań drugiego człowieka (por. Luginbühl 2005: 428);

– brak linearności – recepcja tekstu nie przebiega tu linearnie jak w przypadku choćby tradycyjnej książki, lecz użytkownik dowolnie steruje kolejnością odbioru poszczególnych modułów;

¹⁴ Według Buchera (1999: 9 i n.) Internet łączy w sobie dokumenty pisane, audiowizualne, fotograficzne i graficzne.

– wirtualność, czyli brak ograniczeń czasoprzestrzennych, charakterystycznych dla mediów drukowanych.

Rozważając możliwości definiowania komentarza online jako hipertekstu, należy uwzględnić fakt, że hipertekst jest dotychczas opisywany głównie w opozycji do klasycznego pojęcia tekstu, czyli w relacji do podstawowych kryteriów tekstualności według K. A. de Beaugrande'a, W. U. Dresslera (1981) (por. też Maciejewski 2009). W tym aspekcie jako podstawowa cecha hipertekstu ujawnia się brak linearności (w przeciwieństwie do linearności jako cechy tekstów „tradycyjnych”). Brak ten oznacza podział hipertekstu na wiele modułów połączonych ze sobą poprzez hiperłącza, co zdecydowanie wspiera indywidualną percepcję hipertekstu przez jego odbiorcę. Oczywiście hiperłącza te można by porównać do tradycyjnych odsyłaczy czy przypisów, jednak zasadnicza różnica pomiędzy nimi a hiperłączami polega na tym, że przywołane teksty nie tylko są natychmiastowo dostępne, ale też mogą się łatwo autonomizować (por. Snopek 2010: 22 i n.), a nawet będąc hipertekstami – prowadzić odbiorcę dalej poprzez kolejne hiperłącza do następnych tekstów. Jako bardzo istotne pojawia się w tym kontekście pytanie o spójność takiego hipertekstu. Nic jest ona moim zdaniem niemożliwa (jak twierdzi Snopek 2010: 23). Spójność hipertekstu wynika bowiem z postrzegania całości procesu komunikacyjnego, a nie jedynie z tekstu jako produktu. Spójność ta powstaje więc dopiero w procesie wytwarzania i percepcji hipertekstu (por. Storrer 1999). Z takiego ujęcia spójności hipertekstu wynika specyficzna rola nadawcy i odbiorcy tekstu – każdy odbiorca może mianowicie stać się jego nadawcą (por. Maciejewski 2009). Taka „zamiana ról” w procesie komunikacyjnym następuje w przypadku badanych komentarzy online choćby w momencie „przeskakiwania” do innego modułu zawierającego np. dodatkowe informacje, objaśnienia, zdjęcia, krótkie filmy czy inne komentarze danego autora, a nawet jego blog. W ten sposób odbiorca hipertekstu sam decyduje o kolejności odbioru poszczególnych oferowanych mu modułów informacyjnych, tworząc w ten sposób swój hipertekst. Inny odbiorca może inaczej ukształtować swoją kolejność odbioru. Niektóre wydania czasopism internetowych dają też możliwość wysłania maila do autora zamieszczonego komentarza czy też wpisania swojego komentarza do sprawy. W ten sposób odbiorca może dodawać swoje treści do zamieszczonego hipertekstu, stając się jego współautorem. Wiąże się to jednak z jego współodpowiedzialnością za powstający tekst. Dodatkowo każdy z odbiorców może przyczynić się do poszerzenia kręgu odbiorców danego komentarza poprzez przesłanie znajo-

mym hiperłącza do tego tekstu lub samego tekstu drogą elektroniczną. Wolność odbiorcy może polegać również na potraktowaniu komentarza online jako tekstu tradycyjnego i rezygnacji z podążania za hiperłączami. Wtedy taki komentarz należałoby potraktować jako e-tekst, czyli tekst wprawdzie publikowany online, ale wykazujący linearność i czytany „od początku do końca”, czyli pozbawiony budowy modułowej. Teksty takie często są wersjami równoległymi do publikacji tekstów drukowanych lub je poprzedzają (por. Storrer 2008), mogą one zawierać hiperłącza w swej strukturze, jednak nie jest to element obligatoryjny.

W obliczu powyższych uwag nasuwa się pytanie, czy badane komentarze online należy określić jako hiperteksty, czy też są one e-tekstami. Hiperteksty jako takie wyróżniają się szczególną inkluzywnością (por. Snopek 2010: 24), czyli zdolnością absorbowania zarówno tradycyjnych tekstów drukowanych, jak i innych hipertekstów, a także przekazów audio czy wideo. W taki sposób komentarz online rozumiany jako e-tekst może stać się częścią hipertekstu, ponieważ dzięki hiperłączom kieruje czytelnika do innych modułów. Takim modulem może być np. informacja o komentowanym wydarzeniu. Komentarze online mogą więc, zachowując jako e-teksty swoją linearność, przekraczać granicę tekstu. Przekroczenie tej granicy odbywa się w komentarzu online również dzięki zaproszeniu czytelnika do wysłania listu elektronicznego lub zamieszczenia swojego komentarza. Poprzez taką możliwość zostaje spełniona cecha interaktywności, charakterystyczna dla hipertekstu. Dlatego opowiadam się za potraktowaniem komentarza online jako zjawiska granicznego pomiędzy e-tekstem a hipertekstem, które z biegiem czasu będzie podlegać dalszemu rozwojowi, a pytanie o granicę takiego tekstu będzie zyskiwać na aktualności¹⁵.

4. Perswazja w polskim i niemieckim komentarzu ekonomicznym online – wyniki analizy kontrastywnej

Celem niniejszej analizy jest stwierdzenie różnic i podobieństw w językowych działaniach perswazyjnych dotyczących kryzysu ekonomicznego na podstawie

¹⁵ Należało by tu wspomnieć również o wątpliwościach Schrödera dotyczących traktowania tekstów prasowych ukazujących się online jako hipertekstów: „Jeśli popatrzy się na gazety ukazujące się online, to okazuje się, że hipertekst realizuje się nie tyle poprzez zmianę tradycyjnej jednostki tekstowej w zbudowane modułarne klastry tekstowe, lecz bardziej na płaszczyźnie zależności pomiędzy poszczególnymi tekstami” (Schröder, w druku).

zastosowanych w komentarzach ekonomicznych online illokucji dominujących i wspierających, w powiązaniu z badaniem struktur argumentacyjnych. Takie połączenie metod badawczych wynika z potraktowania tekstu argumentacyjnego (na przykładzie komentarza prasowego) jako całości i w związku z tym konieczności analizowania takiego tekstu na podstawie jego całościowej struktury argumentacyjnej. Zastosowanie samej tylko metody analizy struktur illokucyjnych, co jest wystarczające np. w przypadku listów handlowych (por. Koch, Rosengren, Schonebohm 1981; Brandt 1983)¹⁶, nie pozwoliłoby na uwzględnienie kompleksowej struktury argumentacyjnej komentarza prasowego.

4.1. Uwagi dotyczące korpusu komentarzy online

W analizie uwzględnionych zostało łącznie 15 tekstów ukazujących się jako komentarze ekonomiczne w wydaniach online polskiego tygodnika „Polityka” (Polityka.pl), niemieckiego tygodnika „Der Spiegel” (Spiegel online), polskiej gazety codziennej „Rzeczpospolita” (rp.pl) oraz niemieckich gazet codziennych „Frankfurter Allgemeine Zeitung” (faz.de) i „Süddeutsche Zeitung” (sueddeutsche.de) w okresie od 23.06.2011 do 9.08.2011¹⁷. Tematem przewodnim jest kryzys finansowy na świecie oraz obniżenie ratingu dla USA i rosnący kurs franka szwajcarskiego w Polsce.

W analizie uwzględniono zarówno komentarze pochodzące z prasy codziennej, jak i te publikowane w tygodnikach informacyjnych. Uzasadnieniem takiego wyboru jest fakt, że celem analizy było stwierdzenie różnic i podobieństw w językowych strategiach perswazyjnych stosowanych w kwestiach ekonomicznych w polskim i niemieckim komentarzu publikowanym w prasie online, a nie wykazanie cech charakterystycznych wyłącznie dla komentarzy w prasie codziennej czy też wyłącznie w tygodnikach. Dzięki takiemu zwiększeniu liczby uwzględnianych czasopism można było uzyskać bardziej reprezentatywny korpus badawczy w obu językach.

¹⁶ Por. też komentarz do wykorzystania analizy struktur illokucyjnych w badaniu listów handlowych w artykule I. Szwed (w druku).

¹⁷ Analizy zostały przeprowadzone w ramach projektu międzynarodowego „Persuasionsstile in Europa” („Style perswazji w Europie”), prowadzonego pod kierunkiem prof. H. Lenka z Uniwersytetu w Helsinkach z udziałem językoznawców z Niemiec, Szwecji, Finlandii, Węgier, Polski, Bułgarii, Grecji. Cytowane w niniejszej pracy przykłady również pochodzą z powyższego projektu (por. Szwed 2012).

4.2. Charakterystyka formalno-treściowa badanych komentarzy

Porównując polskie i niemieckie komentarze publikowane online, już na pierwszy rzut oka można stwierdzić istotne różnice w długości tekstów. Podczas gdy średnia liczba znaków w komentarzach niemieckich wynosi 4295, komentarze polskie są przeciętnie prawie o połowę krótsze – tu średnia liczba znaków to jedynie 2227. Również liczba słów jest zdecydowanie wyższa w komentarzach niemieckich, wahając się od 362 do 1041 (średnio 694 słowa w jednym komentarzu). W komentarzach polskich było to odpowiednio od 244 do 477 słów w komentarzu (średnio 360 słów). Jeśli uwzględnimy fakt, że w języku niemieckim często występują złożenia słów składające się z kilku członów, co dodatkowo może utrudnić recepcję tekstu, to dojdziemy do wniosku, iż niemieckie komentarze publikowane online i dotyczące kwestii ekonomicznych mogą stanowić dla czytelnika większe wyzwanie niż analogiczne komentarze w prasie polskiej.

Cechą charakterystyczną zarówno dla polskich, jak i niemieckich komentarzy online jest występowanie sieci powiązań pomiędzy tekstem komentarza a modułami, które czytelnik poprzez wykorzystanie hiperłączy może dodać do danego tekstu. Takimi dołączanymi modułami mogą być wcześniejsze informacje na temat komentowanego wydarzenia, dodatkowe wypowiedzi ekspertów, objaśnienia pojęć, obrazy (w tym również diagramy), zdjęcia, krótkie filmy czy prezentacja samej osoby autora tekstu. Hiperłącza mogą również kierować czytelnika do innych tekstów powiązanych tematycznie, do blogu danego komentatora czy też do tekstów o charakterze reklamowym.

W zakresie poruszanych tematów widoczne są znaczne różnice pomiędzy komentarzami polskimi a niemieckimi publikowanymi w tym samym czasie i w trakcie tych samych wydarzeń na świecie. W komentarzach niemieckich daje się zauważyć zdecydowanie więcej odniesień do aktualnej sytuacji na świecie, jak w poniższych przykładach:

Taka zmiana podziału dóbr jest aspektem globalizacji¹⁸ [...]. (faz.net 8.08.2011)
Świat przeżywa tego lata zmianę systemową [...]. (süddeutsche.de 8.08.2011)

Daje się przy tym zauważyć bardzo krytyczny stosunek do Stanów Zjednoczonych i polityki amerykańskiej. Jest więc m.in. mowa o kryzysie ekonomicz-

¹⁸ Tłumaczenie wszystkich przykładów z języka niemieckiego własne.

nym jako karze za brak przywództwa i upieranie się przy bodźcach fiskalnych, o braku umiejętności znalezienia w USA wyjścia z kryzysu zadłużenia, wiesz czy się nawet upadek USA, jak w przykładzie:

[...] Czyż jest to początek końca amerykańskiego supermocarstwa? (faz.net 8.08.2011)

W niemieckich komentarzach częściej niż w polskich pojawiają się apele o konkretne działania (jak w przykładzie: „Ratujcie euro!” w Spiegel online 23.06.2011).

Sporadycznie mamy natomiast do czynienia w niemieckich komentarzach z bezpośrednim nawiązaniem do sytuacji panującej w Niemczech. Takie odniesienia do wydarzeń lokalnych są z kolei częste w polskich komentarzach. Przykładem mogą tu być pojawiające się oceny i porady związane z aktualną sytuacją ekonomiczną w Polsce oraz ze specyficzną dla Polski kwestią wpływu kryzysu ekonomicznego i wahań kursu franka szwajcarskiego na spłatę kredytów. Oceny bywają nawet oparte na realnych wyliczeniach, jak w poniższym przykładzie:

Przygotowane w pośpiechu projekty tak naprawdę nie poprawią sytuacji osób spłacających kredyty. Dla kogoś, kto trzy lata temu wziął kredyt, otrzymując 2 zł za każdego pożyczonego franka, kilkuprocentowa obniżka raty nie ma żadnego znaczenia, skoro teraz, by oddać franka, trzeba zapłacić 3,6-3,7 zł. (rp.pl 29.07.2011)

Zarazem jednak możemy też znaleźć wiele odniesień do aktualnej sytuacji politycznej w Polsce, jak w poniższym przykładzie:

Złe się stało, że frank tak bardzo się umocnił w ostatnich miesiącach wobec złotego. [...] Jeszcze gorzej, że posłowie to umocnienie franka – wciąż najpopularniejszej waluty wśród Polaków spłacających kredyty mieszkaniowe – postanowili wykorzystać w kampanii wyborczej i spróbowali zdjąć z kredytobiorców ciężar spreadów walutowych. (rp.pl 29.07.2011)

Sumując charakterystykę treściową pochodzących z korpusu polskiego i niemieckiego komentarzy publikowanych online, można stwierdzić, że polskie komentarze mają nacechowanie bardziej lokalne, w ich centrum często pojawia się kwestia rozwiązania konkretnych problemów polskich czytelników, natomiast dla komentarzy niemieckich charakterystyczne jest myślenie globalne, skierowane bardziej na problemy światowe niż tylko niemieckie.

4.3. Struktura argumentacyjna badanych komentarzy

Najogólniej rzecz biorąc, argumentacją można nazwać „zespół czynności podejmowanych w celu uzasadnienia jakiegoś poglądu” (Tokarz 2006: 124). Ponieważ celem niniejszego artykułu nie jest dogłębna analiza teorii argumentacji czy zasad wnioskowania, zrezygnuję w tym miejscu z dyskusowania kwestii, na ile argumentacja jest tożsama z uzasadnianiem, a na ile nie¹⁹. Bez wątplenia jednak z argumentacją mamy do czynienia wtedy, gdy pojawia się jakaś sporna kwestia, którą należy rozstrzygnąć, a tak właśnie jest w przypadku komentarzy prasowych, również tych publikowanych online. W centrum badanych komentarzy polskich i niemieckich znalazły się zagadnienia ekonomiczne, przy czym komentowana kwestia sporna najczęściej zostaje przypomniana na początku tekstu lub też znajdują się w nim odnośniki (w formie hiperłączy) do dokładniejszego opisu tej kwestii. Celem autorów komentarza prasowego jest, podobnie jak w innych tekstach argumentacyjnych, przekonanie, a nawet pozyskanie czytelnika dla danej oceny wydarzeń.

Jednym z klasycznych sposobów argumentowania jest dialektyka nawiązująca do Arystotelesa (por. Eggs 2000: 406). W badanych tekstach mamy w obu językach do czynienia z kompozycją pytaní–odpowiedź, przy czym w polskich komentarzach pojawia się ona nieco rzadziej (przykładem może tu być fragment: „Co dalej? Są dwie drogi.” – „Rzeczpospolita” 9.08.2011). Natomiast w komentarzach niemieckich kompozycja ta pojawia się częściej, przybierając również formę pytań o rozstrzygnięcie (jak w przykładzie: „Musste das sein? Musste die weltgrößte Agentur [...]. Ja, sie musste.” – Spiegel online 7.08.2011 [Czy tak musiało być? Czy światowa agencja musiała [...]? Tak, musiała.]

Charakterystycznym zabiegiem stosowanym przez autorów komentarzy pochodzących z korpusu zarówno polskojęzycznego, jak i niemieckojęzycznego jest tworzenie swego rodzaju ramy tekstowej, co oznacza, że informacja podana na początku tekstu pojawia się ponownie pod koniec. W obu korpusach pojawiają się również w komentarzach pytania retoryczne.

Spośród wymienionych przez Eggsa (2000: 399) trzech rodzajów argumentów autorzy polskich i niemieckich komentarzy najczęściej odwołują się do argumentów deontologicznych oraz etyczno-estetycznych. Natomiast z argumentacją epistemologiczną, polegającą według Eggsa (2000: 399) na udowodnieniu,

¹⁹ Por. w tej kwestii np. wywód E. Eggsa (2000: 397), który wykazuje, że wbrew wielu aktualnym tendencjom należy zdecydowanie rozróżnić pomiędzy argumentacją a uzasadnianiem.

że coś jest faktem, bądź zaprzeczeniu temu, nie mamy do czynienia w badanych komentarzach. Wśród argumentów o charakterze deontologicznym, prowadzących do doradzania lub odradzania jakichś działań, w polskich komentarzach możemy znaleźć np. następujące:

Bo nie może być tak, że Europa z pieniędzy podatników będzie płacić, a Grecy strajkować. („Rzeczpospolita” 21.07.2011)

Na tej drodze mogą pojawiać się kryzysy, ale wszystkie ich konsekwencje będą mniej bolesne niż efekt jednego załamania gospodarczego, jakie czeka świat, jeżeli nadal będzie się starać żyć na kredyt. („Rzeczpospolita” 9.08.2011)

Z kolei pojawiające się w niemieckich komentarzach argumenty deontologiczne są liczniejsze niż w polskich komentarzach i mają bardziej bezpośredni, wręcz nakazujący charakter, jak w poniższych przykładach:

Es gibt nur einen Ausweg aus der Misere: Die Schuldenstaaten müssen aufhören, sich immer weiter zu verschulden. (süddeutsche.de 8.08.2011) [Jest tylko jedno wyjście z tej nędzy: Państwa zadłużone muszą [podkreśl. moje – I. Sz.] przestać się dalej zadłużać.]

Den Krisenrettern bleibt deshalb nur die zweite Alternative: Sie müssen versuchen, das Leistungsgefälle in der Euro-Zone auszugleichen, damit die Länder besser zueinander passen. (Spiegel online, 23.06.2011) [Tym, którzy ratują przed kryzysem, pozostaje zatem tylko ta druga alternatywa: Muszą [podkreśl. moje – I. Sz.] oni próbować wyrównać różnice w wydajności pracy w strefie euro, aby kraje [członkowskie – I. Sz.] bardziej do siebie pasowały.]

Wśród argumentów etyczno-estetycznych, prowadzących do oceny komentowanych zjawisk w polskich komentarzach, można znaleźć następujące przykłady:

Pomysł jest absurdalny, bo [...]. („Rzeczpospolita” 14.07.2011)

Źle się stało, że frank tak bardzo się umocnił w ostatnich miesiącach wobec złotego. (Rzeczpospolita 29.07.2011)

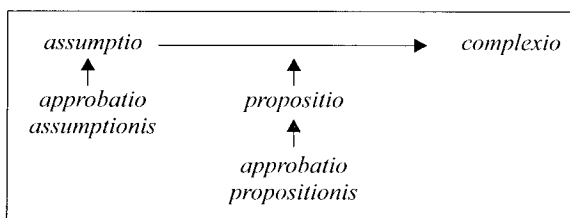
Ale pogorszenie ich ratingu to zła wiadomość dla całego świata. („Polityka” 6.08.2011)

Wśród komentarzy niemieckich argumenty o charakterze etyczno-estetycznym są liczniejsze, jednak wyrażane w sposób bardziej pośredni niż w polskich komentarzach, raczej nie pojawiają się tu określenia „dobry” lub „zły”, choć ocena jest jednak wyrażana, jak w poniższych przykładach:

Aber viel ist die Intervention nicht mehr wert: [...]. (süddeutsche.de 8.08.2011) [Ale ta interwencja niewiele jest już warta.]

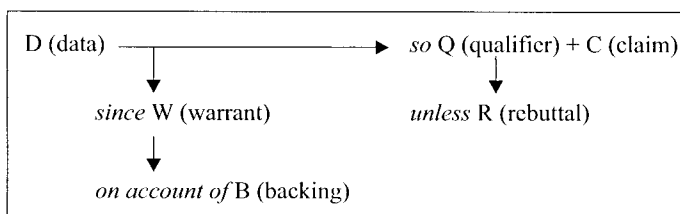
Die scharfe ideologische und parteipolitische Polarisierung nährt indessen den Verdacht, das politische System der Vereinigten Staaten sei dysfunktional geworden. (faz.net 8.08.2011) [Ostra polaryzacja ideologiczna i partyjno-polityczna nasuwa podejrzenie, że system polityczny Stanów Zjednoczonych stał się dysfunkcjonalny.]

Podstawą argumentacji retorycznej w tekstach często jest schemat nawiązujący jeszcze do myśli Cyccerona. Zgodnie z tym schematem (rys. 1), „aby uzasadnić jakąś tezę (*complexio*), trzeba podać przesłankę wyjściową (*assumptio*), mającą odpowiednie uzasadnienie (*approbatio assumptionis*), przy czym przejście od przesłanki do tezy powinno opierać się na jakimś prawie ogólnym (*propositio*), również mającym dostateczne uzasadnienie (*approbatio propositio-nis*)” (Tokarz 2006: 124–125).



Rys. 1. Schemat argumentacji retorycznej Cyccerona (por. Tokarz 2006: 125)

Schemat ten stał się podstawą dla popularnego do dziś tzw. modelu Toulmina²⁰ (por. Toulmin 1958: 104; Eggs 2000: 404; Brinker 1992: 72), który przedstawiono na rys. 2²¹:



Rys. 2. Struktura argumentacji według modelu Toulmina (Toulmin 1958: 104)

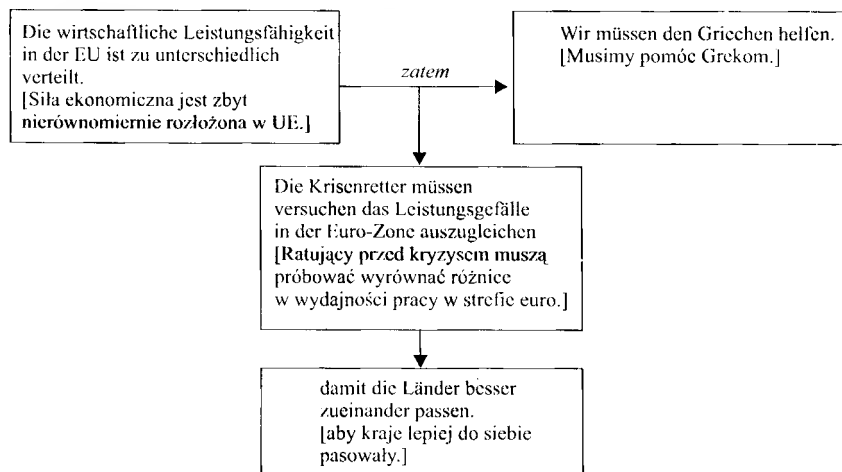
W modelu Toulmina podstawą uzasadnienia tezy (*C – claim*) są dane (*D – data*), na które powołujemy się w argumentacji, wykazując równocześnie na

²⁰ Pomimo jego popularności schemat według Toulmina spotkał się również z krytyką, dotyczącą np. braku rozróżnienia pomiędzy dowodami i argumentami (por. Trautman 2004: 21).

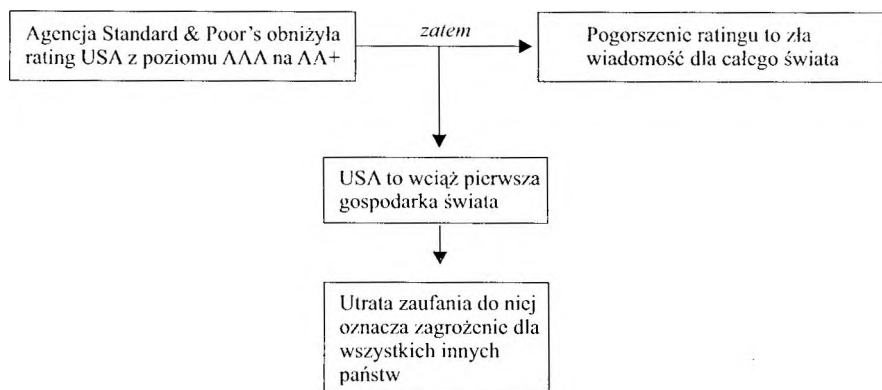
²¹ Nic biorę tu pod uwagę rozszerzeń tego schematu, np. u Brinkera (1997: 85 i n.) czy w oparciu o Heine-mann, Vichweger (1991: 249 i n.) (por. też Buffagni 2012: 28).

podstawie prawa ogólnego (W – *warrant*), że powołanie to jest uzasadnione. W schemacie tym Q oznacza *modal qualifier*, czyli jakieś wyrażenie modalne (np. prawdopodobnie, z pewnością), R – wyjątki (z *zastrzeżeniem...*), a B – bazę teoretyczną (*na mocy...*).

Schemat ten znajduje zastosowanie w argumentacji zarówno w polskich, jak i w niemieckich komentarzach. Przykłady jego realizacji w badanych komentarzach w prasie online przedstawiają rys. 3 i rys. 4.



Rys. 3. Struktura argumentacji według modelu Toulmina w komentarzu niemieckim



Rys. 4. Struktura argumentacji według modelu Toulmina w komentarzu polskim

W odniesieniu do stosowanego modelu argumentacji nie można stwierdzić istotnych różnic pomiędzy korpusem polskim a niemieckim. W celu poszerzenia perspektywy badawczej w analizie uwzględniono jednak również struktury illokucyjne w komentarzach niemieckich i polskich, a wyniki tych badań przedstawione zostały poniżej.

4.4. Analiza hierarchicznych struktur illokucyjnych

Analiza struktur illokucyjnych jako metoda badawcza wywodzi się z nurtu pragmatyki językowej, w której komunikacja językowa traktowana jest jako działanie językowe ukierunkowane na osiągnięcie konkretnych celów. Ujęcie działań językowych jako działań celowych pozwala na wychwycenie w tekście jego perswazyjnego charakteru, stąd próba zastosowania tej metody w badaniu komentarza prasowego jako tekstu perswazyjnego. Zgodnie z założeniami analizy struktur illokucyjnych (ASI), realizując swoje cele, autor tekstu rozwija różne strategie, budując tekst, przy czym hierarchia jego celów stanowi podstawę struktury illokucyjnej danego tekstu. Dlatego ważnym elementem analizy (ASI) jest odkrycie struktury illokucyjnej, czyli hierarchizacji illokucji w tekście, co pozwoli na zdefiniowanie celu lub celów jego autora (por. Szwed 2012: 312). Tekst jest przy tym traktowany jako ciąg elementarnych działań językowych (działań illokucyjnych) o strukturze hierarchicznej (por. Motsch 2000: 424). W hierarchii tej najczęściej występuje jedna illokucja²² dominująca (tzw. illokucja tekstu, poprzez którą realizowany jest główny cel autora tekstu) oraz illokucje wspierające, które mają pomóc w realizacji illokucji dominującej. Podstawą do wyróżnienia poszczególnych illokucji stały się w niniejszej analizie taksonomie J. Scarle'a (1971), D. Wunderlicha (1976) i H. Schmitta (2000), przy czym oceniające działania językowe tylko w taksonomii Schmitta tworzą oddzielną klasę główną.

W przypadku komentarzy prasowych główną tezę tekstu można, zgodnie z propozycją Lügera (1995: 128), potraktować jako dominujące działanie językowe, natomiast uzasadnienia będą tworzyć wspierające działania językowe.

Wśród illokucji wspierających M. Brandt oraz I. Rosengren (1992: 19–23) wyróżniają tzw. illokucje subsydiarne, które bezpośrednio wspierają realizację

²² Illokucja jest tu rozumiana w oparciu o Heinemann, Heinemann (2002); Wagner (2001); Liedtke (1998) jako komponent celowy wypowiedzi, czyli jej „zakodowana intencja”. Więcej na temat samej metody ASI, jej rozwoju, taksonomii i zastosowania oraz krytyki por. Szwed (2012) i Szwed (w druku).

illokucji dominującej, m.in. poprzez odniesienie do jej warunków powodzenia (np. illokucje wspierające zrozumienie, motywację, akceptację czy kooperację), oraz tzw. illokucje komplementarne, które wspierają powodzenie illokucji dominującej pośrednio, np. poprzez wskazanie kontekstu komunikacyjnego czy zapewnienie kooperacji pomiędzy partnerami komunikacyjnymi.

W badanych komentarzach polskich i niemieckich illokucja dominująca tekstu najczęściej była realizowana poprzez OCENIANIE, jak widać to w poniższych przykładach:

Warum Standard & Poor's richtig liegt. (Spiegel online, 7.08.2011) [Dlaczego Standard & Poor's ma rację.]

Żle się stało, że frank tak bardzo się umocnił w ostatnich miesiącach wobec złotego. („Rzeczpospolita” 29.07.2011)

W jednym z komentarzy polskich rolę illokucji dominującej spełnia POWĄTPIEWANIE, natomiast w jednym z komentarzy niemieckich jest to ŻĄDANIE, któremu towarzyszy prognoza negatywna.

Wyniki analizy opartej na ASI po części pokrywają się z wychwyceniem w tekście argumentów o charakterze deontologicznym i etyczno-estetycznym (por. 4.3), jednak ASI pozwala na dokładniejsze wskazanie dominującego działania językowego w tekście, a więc też głównej intencji jego autora. Jest to możliwe dzięki analizie struktur illokucyjnych i umieszczeniu konkretnych działań językowych, np. illokucji dominujących i wspierających, w określonym miejscu tej struktury.

Illokucje wspierające mogą występować na różnych płaszczyznach omawianej struktury, dzięki czemu możemy mieć do czynienia z wielostopniową strukturą illokucyjną. Struktura ta jest w badanym korpusie bardziej rozbudowana w komentarzach niemieckich, równocześnie można w nich stwierdzić większą polaryzację opinii, wraz z przedstawianiem zdania przeciwnego oraz osłabianiem tego zdania.

Spośród illokucji wspierających w komentarzach niemieckich najczęstsze są illokucje wspierające akceptację, pojawiają się też apele (co nie zdarza się w polskich komentarzach) – jak w cytowanym już powyżej przykładzie „Rettet den Euro!” [Ratujcie euro!] w Spiegel online (23.06.2011). Można przy tym zauważyć silniejsze niż w komentarzach polskich przemieszanie przedstawiania sytuacji z jej oceną.

Z kolei w polskich komentarzach częściej mamy do czynienia z illokucjami wspierającymi zrozumienie komentowanych zjawisk, jak w poniższym przykładzie:

Teoria ekonomii mówi, że ceny kształtują się w efekcie swobodnej gry popytu i podaży. To, czy, kiedy i ile ktoś chce kupować albo sprzedawać, zależy przede wszystkim od oceny aktualnej sytuacji i prognoz na przyszłość. Jeżeli np. związki zawodowe w kopalni miedzi zaczynają strajk, który nie wiadomo jak długo potrwa, to cena metalu wzrośnie, bo jego dostępność niedługo może się zmniejszyć. A kiedy państwo ogłasza, że wkrótce w kase zabraknie mu pieniędzy, to ceny jego obligacji spadną, bo lepiej je szybko sprzedać, żeby ocalić chociaż część zainwestowanych środków. („Rzeczpospolita” 14.07.2011)

W związku z tym w polskich komentarzach częściej niż w komentarzach niemieckich pojawia się OBJAŚNIANIE. Z kolei ZALECANIE wykonania jakiejś czynności, występujące w roli illokucji wspierającej, częściej niż w komentarzach niemieckich jest kierowane do konkretnych adresatów, np. kredytobiorców.

5. Wnioski

Zastosowana w przedstawionych powyżej badaniach analiza struktur illokucyjnych jest metodą bardziej popularną i lepiej znaną w językoznawstwie germanistycznym niż polonistycznym. Jednakże po fali popularności w latach 80. ubiegłego stulecia²³ również w pracach germanistycznych była ona mocno krytykowana (por. Heinemann, Heinemann 2002: 86 czy Brinker 2000: 172). Krytyka ta dotyczyła przede wszystkim ograniczonych możliwości zastosowania analizy struktur illokucyjnych w przypadku dłuższych tekstów, np. tekstów literackich czy naukowych. K. Brinker (2000) zwraca w tym kontekście uwagę przede wszystkim na problem rozgraniczenia i klasyfikacji tekstów „rozbitych” na poszczególne illokucje, również M. Heinemann i W. Heinemann (2002) zauważają kwestię „atomizacji” tekstu jako całości w przypadku analizy struktur illokucyjnych (por. Szwed, w druku). Przy takiej „atomizacji” tekstu można stracić z oczu całość jego struktur argumentacyjnych. Stąd w niniejszym badaniu analiza struktur illokucyjnych została przeprowadzona równoległe do analizy struktur argumentacyjnych. Ta ostatnia pozwoliła na uchwycenie w badanych tekstach przeważających liczebnie argumentów (deontologicznych i etyczno-

²³ Por. np. Scarle 1971; Wunderlich 1976; Sökeland 1980; Liedtke 1998; Brinker 1997 oraz dokonania grupy lingwistów skupionej wokół I. Rosengren, tzw. grupy z Lund.

-estetycznych), natomiast zastosowanie ASI umożliwiło wyznaczenie ich roli w strukturze hierarchicznej i stwierdzenie, które z tych argumentów odgrywają rolę nadrzędną, a które wspierającą. Pozwoliło również na wykazanie, gdzie mamy do czynienia raczej z illokucjami wspierającymi akceptację, a gdzie – z tymi wspierającymi zrozumienie.

Dzięki metodzie ASI można było wykazać w komentarzach niemieckich istnienie bardziej rozbudowanej struktury illokucyjnej, co w połączeniu z długością tych komentarzy prowadzi do wniosku, że mogą one stanowić dla czytelnika większe wyzwanie niż komentarze polskie.

Przy stosowaniu metody ASI należy jednak pamiętać, że przypisywanie działaniom językowym określonej roli illokucyjnej nie zawsze jest jednoznaczne, czasem może opierać się głównie na interpretacji (por. Lüger 1995: 54); może ono też prowadzić do umniejszenia wartości ironii.

Wykazane w trakcie analizy porównawczej różnice pomiędzy korpusem polskojęzycznym a niemieckojęzycznym nie są wprawdzie ogromne, są jednak uchwytne. Dotyczą one nie tylko wspomnianej powyżej odmiennej długości komentarzy w korpusie polskim i niemieckim czy ich mniej lub bardziej rozbudowanej struktury illokucyjnej, ale też ukierunkowania perswazji językowej.

Przeważające w komentarzach niemieckich odniesienia do sytuacji ogólnoswiatowej pozwalają wysnuć wniosek, że celem stosowania w nich językowych środków perswazyjnych jest przede wszystkim propagowanie u czytelnika określonej postawy wobec zjawisk światowych i polityki globalnej. Z kolei polscy czytelnicy częściej spotykają się z perswazją dotyczącą polityki lokalnej oraz z konkretnymi poradami dotyczącymi np. sytuacji na polskim rynku walut czy kredytów. Autor komentarza prasowego jawi się tu więc jako ekspert pomagający w rozwiązaniu problemów życiowych, jako swego rodzaju „dobry wujek”.

W połączeniu z większą liczbą illokucji wspierających zrozumienie w komentarzach polskich prowadzi to do wniosku, że perswazja językowa stosowana w polskich komentarzach jest bardziej zorientowana na zrozumienie przez czytelnika określonych procesów lokalnych oraz ewentualnie ułatwienie podjęcia decyzji w zakresie praktycznych działań codziennych (w tym przypadku w sferze finansowej). Natomiast przewaga illokucji wspierających akceptację w komentarzach niemieckich pozwala na stwierdzenie, że perswazja ma w tym przypadku nacechowanie bardziej opiniotwórcze, odnoszące się do szerszych procesów światowych.

Literatura

- Barańczak S., 1975, *Słowo – perswazja – kultura masowa*, „Twórczość”, nr 7, s. 44–57.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., 2009, *Tekstologia*, Warszawa.
- Beaugrande R.A. de, Dressler W.U., 1981, *Einführung in die Textlinguistik*, Tübingen.
- Brandt M., 1983, *Der Einfluß der kommunikativen Strategie auf die Textstruktur dargestellt am Beispiel des Geschäftsbriefes. – Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1982*, Hrsg. I. Rosengren, Stockholm.
- Brandt M., Rosengren I., 1992, *Zur Illokutionsstruktur von Texten*, „Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik” 86, s. 9–51.
- Brinker K., 1992, *Linguistische Textanalyse*, Berlin.
- Brinker K., 1997, *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Berlin.
- Brinker K., 2000, *Textstrukturanalyse. – Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Hrsg. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager, Berlin–New York.
- Bucher H.J., 1999, *Die Zeitung als Hypertext. Verstehensprobleme und Gestaltungsprinzipien für Online-Zeitungen. – Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering*, Hrsg. H. Lobin, Opladen–Wiesbaden.
- Buffagni C., 2012, *Argumentative journalistische Texte: textlinguistische Analyse in der universitären DAF-Praxis. – Akten des XII. internationalen Germanistenkongresses, Warschau 2010. Band 16. Germanistische Textlinguistik. Digitalität und Textkulturen. Vormoderne Textualität. Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Diskription und Kritik*, Hrsg. F. Gruzca, Frankfurt/Main.
- Burger H., 2000, *Textsorten in den Massenmedien. – Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Hrsg. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager, Berlin–New York.
- Burger H., 2005, *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, Berlin.
- Das Fremdwörterbuch*, 1990, Mannheim.
- Doroszewski W. (red.), 1964, *Słownik języka polskiego*, t. 6, Warszawa.
- Dubisz S. (red.), 2003, *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 3, Warszawa.
- Eggs E., 2000, *Vertextungsmuster Argumentation: Logische Grundlagen. – Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Hrsg. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager, Berlin–New York.
- Furman W., Kaliszewski A., Wolny-Zmorzyński K., 2000, *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów.
- Gajda S., 2008, *Polszczyzna wobec kultury polskiej i europejskiej. – Język polski w europejskiej przestrzeni kulturowo-językowej*, red. S. Gajda, Opole.
- Gajda S., 2009, *Gatunki wypowiedzi i genologia. – Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław.

- Gansel Ch., 2011, *Textsortenlinguistik*, Göttingen.
- Grzegorzczkova R., 1991, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, „Język a Kultura”, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova, Wrocław, s. 11–28.
- Habermas J., 1962, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Frankfurt/Main.
- Heinemann W., 2000, *Textsorte – Textmuster – Texttyp. – Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbband, Hrsg. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager, Berlin–New York.
- Heinemann M., Heinemann W., 2002, *Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs*, Tübingen.
- Heinemann W., 2009, *Rodzaj tekstu – wzorzec tekstu – typ tekstu. – Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy. (Antologia tłumaczeń)*, red. Z. Bilut–Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław.
- Heinemann W., Viehweger D., 1991, *Textlinguistik. Eine Einführung*, Tübingen.
- Koch W., Rosengren I., Schonebohm M., 1981, *Ein pragmatisch orientiertes Textanalyseprogramm. – Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1980*, Hrsg. I. Rosengren, Lund.
- Kopaliński W., 1989, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa.
- Lewandowski T., 1994, *Linguistisches Wörterbuch*, Heidelberg–Wiesbaden.
- Liedtke F., 1998, *Grammatik der Illokution. Über Sprechhandlungen und ihre Realisierungsformen im Deutschen*, Tübingen.
- Luginbühl M., 2005, *Neue Medien. – Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, Hrsg. H. Burger, Berlin.
- Lüger H.H., 1995, *Pressesprache*, Tübingen.
- Maciejewski M., 2009, *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej. Analiza na przykładzie internetowych prezentacji przedsiębiorstw*, Poznań.
- Miarecki T., 2001, *Na początku było słowo, a potem komentarz. – Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Poznań.
- Mikołajczyk B., 2004, *Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kommunikation*, Frankfurt/Main.
- Motsch W., 2000, *Handlungsstrukturen von Texten. – Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Hrsg. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager, Berlin–New York.
- O’Keefe D.J., 1990, *Persuasion: Theory and Research*, Newbury Park.
- Ożóg K., 2003, *Nauki o języku w Polsce – stan i perspektywy – wypowiedź ankietowa. – Językoznawstwo w Polsce. Stan i perspektywy*, red. S. Gajda, Opole.
- Pisarek W., 2003, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą. – Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań.
- Schmitt H., 2000, *Zur Illokutionsanalyse monologischer Texte. Ein Konzept mit Beispielen aus dem Deutschen und Englischen*, Frankfurt/Main.

- Schröder T., (w druku), *Rozmowa o różnych aspektach relacji tekst – dyskurs – media*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs”, nr 6: *Medienanalyse als Text- und Diskursanalyse*.
- Searle J.R., 1971, *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*, Frankfurt/Main.
- Skudrzykowska A., Urban K., 2000, *Maly słownik terminów z zakresu socjolingwistyki i pragmatyki językowej*, Kraków–Warszawa.
- Snopek J., 2010, *Uwagi o hipertekście*. – *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Warszawa.
- Sökeland W., 1980, *Indirektheit von Sprechhandlungen*, Tübingen.
- Storror A., 1999, *Kohärenz in Text und Hypertext*. – *Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering*, Hrsg. H. Lobin, Opladen–Wiesbaden.
- Storror A., 2008, *Hypertextlinguistik*. – *Textlinguistik. 15 Einführungen*, Hrsg. N. Janich, Tübingen.
- Szwed I., 2012, *Persuasive Kommunikation im polnischen und deutschen Wirtschaftskommentar der Online-Presse*. – *Persuasionsstile in Europa*, Hrsg. E.H.H. Lenk, M. Vesalainen, Hildesheim–Zürich–New York.
- Szwed I., (w druku), *Analiza struktur illokucyjnych w polskim i niemieckim liście handlowym jako metoda badawcza kontrastywnej lingwistyki tekstu?*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”.
- Tokarz M., 2006, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk.
- Toulmin S.E., 1958, *The Uses of Argument*, Cambridge.
- Trautman C., 2004, *Argumentieren. Funktional-pragmatische Analyse praktischer und wissenschaftlicher Diskurse*, Frankfurt/Main–New York.
- Wagner K.R., 2001, *Pragmatik der deutschen Sprache*, Frankfurt/Main.
- Wieczorek U., 1999, *Wartościowanie, perswazja, język*, Kraków.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wróbel S., 2004, *Perswazja jako forma władzy*. – *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*, red. R. Karpziel, K. Leszczyńska, Kraków.
- Wunderlich D., 1976, *Studien zur Sprechakttheorie*, Frankfurt/Main.

Persuasion styles in Polish and German economic press commentaries published online

In the article the question of a culture-conditioned style is examined in terms of a comparative analysis of Polish and German economic press commentaries. The choice of the area to be analyzed is determined by the fact that communicative acts in humans are closely connected to the environment dominated by economic, social and political pro-

cesses. In recent years, the economic situation in particular has been a factor influencing life of the societies, arousing public attention. Additionally, press commentaries on those issues are relatively easy to access for an average reader. In an era of increasing supremacy of electronic media in communication, the comments published online are becoming dominant, so the current tendencies in the language may be traced in them. That is the reason behind choosing online publication as a research corpus for this article.

In the examined texts, linguistic means of persuasion have been analyzed. Those means, despite the ongoing process of globalization are still determined culturally.

A tool that permits to comprehend the similarities and discrepancies is, among others, examining illocutionary structures in the texts. A method relatively popular in 1980s and 1990s, especially in German linguistics, later subject to severe criticism. The article shows the potential of the above-mentioned method in press commentaries examination, at the same time however, an analysis of argumentative structures was carried out. The latter permitted to capture the quantitative dominance of certain arguments (deontological and ethical-aesthetic), while employing the analysis of illocutionary structures allowed for determining their role in the structural hierarchy, therefore to conclude which of the arguments play the superior, and which the supportive role.

Moreover, the corpus comprising the Polish and German online press publications constitutes interesting research material in terms of changes in the presentation of the text, that is to formulate questions about the boundaries of individual genres, about the freedom of the reader in choosing the „modules” on the Internet or, consequently, about the reader’s responsibility for the text created this way.

Keywords: *online press commentary, illocutionary structures analysis, economic texts in Polish-German comparative perspective.*