

Metody pozyskiwania czytelnika w poradnikach intymnych, motywacyjnych i komputerowych

EWA FICEK
(Katowice)

Na rynku wydawniczym powszechnie dostępne są obecnie rozmaite publikacje mieszczące się w obrębie dyskursu praktycznonaukowego (poradniki i instrukcje), które ułatwiają orientację m.in. w sferze medycyny, prawa, ekonomii, obyczajów, życia zawodowego i osobistego. Już pobieżny ogląd ofert edytorskich oraz materiałów promocyjnych pozwala stwierdzić, że zapotrzebowanie na tego typu pozycje ciągle rośnie, a wielość poruszanych przez nie zagadnień sprowadza się do fundamentalnego problemu: W jaki sposób samemu (na własną rękę) radzić sobie w różnych sytuacjach kryzysowych?

Przyczyn owej ekspansji należy upatrywać w polskich przeobrażeniach społeczno-gospodarczych, jakie zaszły na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych oraz w dość radykalnych przekształceniach podstawowych dziedzin egzystencji „przeciętnego” obywatela (zob. Gajda 1999: 20). Wydaje się, iż demokracja środków masowego przekazu oraz otwarcie się naszego kraju na kulturę angloamerykańską spowodowały istotne zmiany w mentalności Polaków, zrodziły potrzebę publicznego odkrywania prawdy i poruszania wszystkich tematów – zwłaszcza otoczonych aurą kulturowego tabu. Nie wykluczone również, że fenomen literatury praktycznej powinno się wiązać ze swoistym paradoksem cywilizacyjnym. Jak pisze T. Jastrun (1999: 68): „Im bardziej próbujemy uprościć świat, tym bardziej się on komplikuje, im bardziej go wyjaśniamy, tym bardziej on się nam ściemnia”.

Obecnie dominują na rynku teksty tłumaczone, choć stopniowo przybywa także poradników rodzimych, stanowiących próby przeszczepienia na grunt lokalny pierwowzorów utrzymanych w konwencji amerykańskiej. Największym zainteresowaniem cieszą się poradniki przekazujące wskazówki praktyczne, tj. oparte na doświadczeniu i możliwe do wykorzystania na co dzień, z zakresu: seksuologii (intymne), psychologii (motywacyjne), informatyki (komputerowe). Wspomniane pozycje (najliczniej reprezentowane) najcelniej trafiają w potrzeby czytelników, są zapisem szczególnego typu komunikacji, a tym samym zajmującym obiektem badań językoznawczych.

Kształt niniejszej interpretacji wyrasta z przyjętych założeń teoretycznych (perspektywa interakcyjna: przeniesienie centrum dociekań z autonomicznej struktury tekstu na sam proces jego tworzenia), jak i doświadczeń wyniesionych z obserwacji bogatej, budzącej czytelnicze zdziwienie empirii tekstowej. Zasadniczy przedmiot podjętych przeze mnie rozważań stanowią taktyki podporządkowane funkcji impresywnej, których istotą jest mobilizowanie uwagi odbiorcy¹, rozbudzanie jego zainteresowania komunikatem oraz motywowanie zachowań wykraczających poza akt lektury.

Uogólniając, w szkicu postaram się udzielić odpowiedzi na następujące pytania: Za pomocą jakich strategii autorzy poradników osiągają projektowane zamysły komunikacyjne? W jaki sposób manifestują nastawienie swojego przekazu na adresata i pokonują dystans ustanowiony przez medium pisma²?

Celem poradników intymnych, motywacyjnych oraz komputerowych jest nie tylko skuteczne powiadomianie o czymś szerokich rzesz odbiorców, ale nade wszystko kierowanie ich określonymi w ramach poradnika reakcjami, wywieranie realnego wpływu. Aby jakiegokolwiek oddziaływanie na czytelników było w ogóle możliwe, nadawca zakłada konieczność przyjęcia pewnej sekwencji posunięć stanowiących na dłuższą metę przedwstępny warunek fortunności interakcji,

1 Wirtualny odbiorca poradnika to jednostka stojąca w obliczu jakiejś sytuacji problemowej: osoba sfrustrowana, nieśmiała, najczęściej zakompleksiona i nieasertywna, uważająca siebie za mało inteligentną itd., a zatem – jak można sądzić – łatwo ulegająca sugestiom oraz argumentom mającym ją do czegoś przekonać.

2 P. Ricoeur (1989: 98) dowodzi, że zamknięcie dyskursu w „nośniku materialnym” ewokuje bardziej złożoną relację: pisanie – czytanie.

służących pozyskaniu sympatii czytelników. Przejdźmy do ich krótkiej prezentacji.

Najwcześniej poddawaną ocenie wizytówkę książki tworzy oryginalnie sformułowany, efektowny i „chwytliwy” tytuł. Element ten – jako katalizator procesu interakcji, do której ma w konsekwencji doprowadzić – powinien „uwieść” potencjalnego odbiorcę, nakłonić go, by sięgnął po książkę i zaczął czytać.

Tytuły poradników pełnią rolę swoistego anonsu tekstu. Ze wstępnego zestawienia 147 przykładów wynika, że mają one nie tylko zapowiadać zawartość treściową³, ale też intrygować, zaskakiwać, zaciekawiać; wypełniają zatem głównie funkcję pragmatyczną, polegającą na nawiązywaniu kontaktu z czytelnikiem.

Formalna postać nagłówek oscyluje między czytelnymi i niezbyt rozbudowanymi linearnie (2-5 słów) grupami nominalnymi, a konstrukcjami złożonymi, bardziej wyszukаныmi, aczkolwiek niewymagającymi od odbiorcy uruchamiania skomplikowanych procesów interpretacyjnych. Do zbioru tytułów o stosunkowo prostej, przejrzystej budowie wypada zaliczyć: struktury statyczne (*Szczęśliwe pary*, *Najpiękniejsza ścieżka życia*, *Komputer w pytaniach i odpowiedziach*) oraz dynamiczne⁴ (*Przy komputerze bez stresów*), równoważniki zdań (*Narodzić się, by wygrać*, *Zrozumieć i polubić komputer*), wreszcie krótkie zdania oznajmujące, ilustrujące np. myśl przewodnią poradnika (*Mężczyźni są z Marsa, kobiety z Wenus*, *Możesz uzdrowić swoje życie*, *Entuzjizm zmienia wszystko*). Akceptującą postawę interlokutora mają wywoływać także nagłówki, które przybierają postać konstrukcji z czasownikiem w formie drugiej osoby trybu rozkazującego: *Pokochaj siebie*, *ulecz swoje życie*, *Nie zadreńczaj się drobiazgami w miłości*, *Nie bój się komputera!*, *Poznaj swój komputer*. Na skali wyznaczonej przez takie akty mowy, jak: *rozkaz* – *prośba* formuły te zbliżają się ku drugiemu z wymienionych biegunów.

Odrębny zespół stanowią dynamizujące odbiór czytelniczy pytania stymulujące. Specyfika tego rodzaju wypowiedzi sprawia, iż wymagają one działania autora, a nie odbiorcy⁵. Pod względem celu oraz konstrukcji pytania, tytuły rozpa-

3 W opracowaniach, omawiających różnorodne role odgrywane w tekście przez tytuł, oprócz wymienionej funkcji informacyjnej zwraca się również uwagę na funkcje: identyfikującą / nominalną (Gajda 1987, Pisarek 1966) oraz delimitacyjną (Gajda 1987, Danek 1972).

4 Rozróżnienie na struktury statyczne i dynamiczne wprowadzam za A. Starzec (1999). Z kolei J. Strutyński (1997) proponuje terminy: zawiadomienia mianownikowe / zawiadomienia określnikowe.

5 „Odpowiedzią na sformułowane w nagłówku pytanie – konstatuje A. Starzec (1999: 176) – jest [...] cały tekst, w którym poszczególne fragmenty pełnią rolę argumentów wspierających lub obalających główną tezę [...]”.

dają się wyraźnie na dwa odrębne podzbiory: pytań o rozstrzygnięcie, tzw. protokolarnych, najczęściej rozpoczynających się partykułą *czy* (np. *Czy tak trudno być razem?*) oraz pytań o uzupełnienie, zwykle wprowadzanych zaimkiem przysłownym *jak* (*Jak przestać się martwić i zacząć żyć?*)⁶.

Grupę tytułów wewnątrznie podzielonych reprezentują: *Asertywność, czyli jak być otwartym, skutecznym i naturalnym; Sztuka motywacji, czyli jak wydobyć z ludzi to, co w nich najlepsze*. Z kolei w obrębie nagłówków dwuczłonowych, znajdujemy konstrukcje zbudowane z następujących segmentów: (1) pytanie + pytanie (*Kocham Cię, ale dlaczego jesteśmy tak różni? Jak sprawić, by różnice działały na naszą korzyść?*); (2) pytanie + grupa nominalna / grupa nominalna + pytanie (*Dlaczego ze sobą sypiamy? Nieseksualne powody, dla których ludzie uprawiają seks; Sztuka mówienia „nie”. Jak chronić własne życie przed manipulacją ze strony innych ludzi?*); (3) grupa nominalna + grupa nominalna (*Życie bez lęku. Poradnik dla tych, którzy się boją*); (4) wypowiedzenie żądające + grupa nominalna (*Bądź asertywny! Skuteczne sposoby komunikacji*). Zauważmy, że nadawca z premedytacją różnicuje zadania (a czasem również stylistykę) poszczególnych części – „odcinek” pierwszy informuje zazwyczaj o znaczeniu globalnym tekstu, zaś kolejny stanowi jego dopowiedzenie.

Z zabiegów semantycznych, najczęściej stosowanych przy komponowaniu tytułów, na pierwszy plan wysuwają się animizacja i personifikacja, zasadzające się odpowiednio na ożywianiu oraz „uczłowieczaniu” przedmiotów martwych lub stanów psychicznych w celu ich poskromienia, względnie obłaskawienia (*Usuwanie i zapobieganie konfliktom w komputerach PC, Pojedynek z nerwicą. O nerwicy optymistycznie*). Coraz częściej wprowadza się do nagłówków wyrażenia potoczne lub zwroty kolokwialne (*Komputer dla opornych, Gdy twój partner łąze jak pies*). Duże możliwości konstrukcyjne stwarzają też słowa-klucze, wyrazy-kalki, które stają się przez społeczeństwo akceptowane (np. *sukces, seks, stres*). Do miar hasel wywoławczych całych serii wydawniczych pretendują leksemy: *sztuka, sekrety, potęga, tajemnice*, swoje konteksty użycia nieustannie poszerza także słowo *szkoła*.

Nie sposób nie wspomnieć o parodii szablonowych, „zużytych” nazw własnych. Mistrzynią konwencji: „pół żartem, pół serio” zdaje się być Krystyna Kofta – by wymienić zaledwie przykłady takie, jak *Wychowanie seksualne dla kla-*

6 Prezentowany podział pytań jest zgodny z „tradycyjną” gramatyką i praktyką szkolną. Por. także propozycje klasyfikacji pytań, które można odnaleźć w pracach B. Bonieckiej (2000) i L. Koja (1972).

sy wyższej, średniej i niższej czy *Jak zdobyć, utrzymać i porzucić mężczyznę* – a wtóruje jej Zofia Milska, autorka seksualnego *Bezradnika*. Z innych przykładów na uwagę zasługują: *Twoje małżeństwo – instrukcja obsługi* i *Twoje nowe dziecko – poradnik użytkownika*. Ciekawy efekt daje również błyskotliwa gra słów (*Żyć, ale jak? O mnie, o tobie, o nas; Zawsze i na zawsze razem*) bądź analogia bazująca na „stereotypach wyobrazeniowo-językowych masowego odbiorcy” (Miodek 1981: 127). Myślę tu o kombinacjach, które w dość dowolny sposób nawiązują do innych znanych publikacji (por. modyfikacje typu: *Księżna, Machiavelli dla kobiet, Mężczyźni są z ziemi i kobiety są z ziemi. Jak stworzyć udany związek*). Właściwa interpretacja tych struktur zależy od posiadanego przez odbiorcę doświadczenia czytelniczego, niezbędnego do ustalenia punktów „zetknięcia się” przywołanych tekstów.

Pewną moc sugestywnego oddziaływania na grono odbiorców posiada – przykuwająca wzrok, nęcąca bogactwem koloru i obrazu – **okładka poradnika**. Wprawdzie jest ona tworem samodzielny (przekazuje odrębny komunikat nadbudowany nad stroną werbalną), ale stanowi jego nieodłączny atrybut i może być używana do wywoływania pożądanych reakcji adresata. Przestrzeń obwoluty wykorzystuje się prócz tego do celów reklamowych i informacyjnych – zamieszcza się tu urywki recenzji, rekomendacje książki napisane przez ludzi znanych lub uchodzących za autorytety w danej dyscyplinie, czasem notatkę biograficzną lub zdjęcie autora (zob. Piętkowa 2001).

Maksymalne nastawienie na kontakt ujawnia się także w jasno zarysowanych, **inicjalnych oraz finalnych partiach poradników**. Wstępy, wprowadzenia, przedmowy autorskie (z reguły niezbyt rozbudowane) zawierają informacje o charakterze metatekstowym, przygotowują życzliwie usposobionego odbiorcę do recepcji tematu, zapraszają do dalszej lektury. Obok określenia ramy treściowej (por. też rangę spisu treści), zasadniczego celu i przeznaczenia publikacji oraz korzyści płynących z jej uważnego przestudiowania dostarczają one praktycznych wskazówek dotyczących sprawnego korzystania z książki. Podobnie jak w fazie otwarcia każdej konwersacji, kiedy rozmówcy starają się zwrócić na siebie uwagę, wzajemnie się zidentyfikować czy okazać zadowolenie z nawiązania „dialogu” (Nęcki 1992: 180), na początku tekstu praktycznonaukowego występują sygnały służące określeniu relacji nadawczo-odbiorczych bądź propozycje hipotetycznych ról odgrywanych przez strony podczas interakcji (Starzec 1994: 278)⁷.

⁷ W tym miejscu warto zauważyć, że pogłębia się proces specjalizacji – coraz więcej poradników jest kierowanych do coraz węższej grupy „konsumentów”. Na przykład po *Potęę seksu* Grahama

W zakończeniu nadawca stara się przemycić jakąś na długo zapadającą w pamięć konkluzję („efekt intelektualnego olśnienia”); występują tu ponadto takie elementy, jak: usprawiedliwienie faktu wygaszenia komunikacji, podziękowania, gratulacje, życzenia, zaproszenia do ponowienia lektury itp. (por. Kita 1998: 83).

Kolejnym elementem wpływającym na przystępność całego przekazu jest bez wątpienia klarowne **rozcłonkowanie tematyczno-architektoniczne tekstu**. Funkcjonalne „kompedium” powinno być napisane tak, aby (poszukujący odpowiedzi na konkretne pytania) czytelnik mógł w miarę szybko znaleźć potrzebne mu wiadomości i nie musiał czytać „od deski do deski”. W związku z powyższym większość badanych pozycji przybiera kształt miniencyklopedii, których lekturę można rozpocząć w dowolnym miejscu. Teksty podstawowe prawie wszystkich poradników komputerowych, kształcących umiejętności operatorskie przyszłych użytkowników, obowiązuje rygorystyczny podział na części, rozdziały, podrozdziały i paragrafy. Dodatkowo wydziela się (także graficznie): streszczenia, podsumowania, zapowiedzi poruszanych później zagadnień, czasem listę literatury uzupełniającej⁸. Tak sztywnych zasad kompozycyjnych nie realizują, rzecz jasna, autorzy poradników intymnych oraz psychologicznych, gdzie przejścia pomiędzy częściami są raczej swobodne, płynne.

Twórcy analizowanych poradników pragną zminimalizować wysiłek odbiorcy wkładany w poszerzanie wiedzy i utrzymać tok swojej wypowiedzi w konwencji rzeczowego wywodu, uwzględniającego czytelniczą potrzebę komfortu recepcji. Przykładają wielką wagę do starannego **selekcjonowania** podawanych (tzn. pewnych, istotnych, rzeczowych) **informacji**. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom odbiorców, eliminują to, co zbyt liczne, niepotrzebne (strategia dozowania „nowości”), a tym samym czynią swój przekaz bardziej przejrzystym.

Podnoszeniu efektywności komunikatu służą wypowiedzenia pozwalające na prawidłowe odczytanie zamierzonego sensu słów autora, precyzujące i przywracające na właściwe tory jego refleksję (*chcę przez to powiedzieć, rozumiem przez to itp.*), których parafrazę można by skonstruować następująco: „Chcę, abys mnie

Mastertona powinni sięgnąć mężczyźni o zachwianym poczuciu własnej wartości, tymczasem poradnik autorstwa Joanny Chmielewkiej pt. *Jak wytrzymać z mężczyzną?* przeznaczony jest wyłącznie dla pań. Nawiasem mówiąc, zachodzi tu podobieństwo do tekstów naukowych, choć dziś w nauce – przynajmniej humanistyce – narasta tendencja do poszerzania kręgu odbiorców.

8 Naukowy, informacyjny szkielet poradnika komputerowego (por. Gajda 1982) bywa wypełniany heterogeniczną masą: potoczno-kolokwialno-artystyczną. W wyniku syntezy genetycznie nie spokrewnionych pierwiastków stylotwórczych powstaje wówczas „językowy zlepianiec” bądź „cudzozywna hybryda” (tak M. Wojtak 1994: 307).

dobrze zrozumiał”. Autorzy uciekają się również do przemyślanych zabiegów (językowych i niejęzykowych), mających na celu **porządkowanie**, systematyzowanie oraz organizowanie w zwartą i logiczną całość **wewnętrznej tkanki przekazu**. Rolę drogowskazów instruujących, jak poruszać się po obszarze tekstu, odgrywają tu skonwencjonalizowane „meta-organizatory” (tak je określa Wierzbicka 1971: 113). Są to sygnały: następstwa i porządku logicznego, wnioskowania i wynikania oraz nawiązań wewnątrztekstowych. Oświetlają one kierunek biegu myśli nadawcy, co więcej, układają kolejne ogniwa kompozycji w ustalonym porządku, sygnalizując dodatkowo wagę jakiegoś faktu w oczach nadawcy.

Poza utartymi zwrotami, pozwalającymi adresatowi na „czytanie w biegu” i niemal automatyczne wyławianie „wystających” wniosków (np. wykrzyknienia: *Zapamiętaj!*, *Uwaga!*), efekt uwypuklenia określonych składników, demonstrowania doniosłości najważniejszych faktów, uzyskiwany jest poprzez operacje typograficzne (tabele, wykresy, ramki, symbole identyfikujące rodzaj serwowanych wiadomości, justowanie, podkreślenia, pogrubiony druk, kursywa, wersaliki itd.). Konkludując, warstwa ikoniczna (wizualna) tekstu drukowanego wyraźnie wspiera jego wartość merytoryczną oraz stylistyczną; sprawia, że poradniki przekształcają się w „komunikaty multimedialne”, których całościowy sens stanowi wypadkową znaków werbalnych i pozawerbalnych (zob. Piętkowa 1996)⁹.

Inwentarz sygnałów „dostrajających” komunikat do osoby odbiorcy, należy uzupełnić o przejawy **sugestywnego prezentowania** przekazywanych **informacji**. Zgodnie z zasadą: *verba docent, exempla trahunt* (słowa uczą, przykłady pociągają), przestrzeń poradników wypełnia niezliczona liczba przykładów. W przypadku poradników intymnych i motywacyjnych egzemplifikacje zaczerpnięte są z życia samego autora, jego znajomych lub anonimowych pacjentów¹⁰. Służący poglądowości wywodu materiał egzemplifikacyjny może być dodatkowo zamknięty np. w formę opowiadania unaoczniającego, które wzmacnia siłę oddziaływania mieszczącej się w nim treści.

⁹ W świetle poczynionych obserwacji za w pełni uzasadnioną trzeba uznać opinię Gerarda Genette’a: wszelkie peryferie tekstu są „niewątpliwie jednym z najbardziej uprzywilejowanych obszarów pragmatycznego wymiaru dzieła, to jest jego oddziaływania na czytelnika” (cyt. za Genette 1992: 320).

¹⁰ Skuteczne podporządkowanie treści postulatowi pragmatycznemu musi wiązać się z żywym, intensywnym doznaniem osobistym czytelnika i nie może się ograniczać do przytaczania (największej nawet ilości) niepodważalnych danych statystycznych. Por. też strategie: przenoszenia kompetencji i konformizacji, które za Marwellem i Schmidtem wymienia Z. Nęcki (1996: 72-73).

Autorzy poradników apelują do zdroworoządkowej racjonalności czytelników, „przekładają” skomplikowane wiadomości, ujmując je w kategoriach znanych odbiorcy z codziennego doświadczenia (por. analogie, niewyszukane porównania, konstrukcje metaforyczne o przejrzystej budowie czy okazjonalne neologizmy oparte na łatwych do odczytania skojarzeniach). Właściwe poradnikom komputerowym, zapożyczone z języka angielskiego, terminy informatyczne typu: *skaner, ploter, bajt, kompatybilność, interfejs, serwer* ulegają neutralizacji, a specjalistyczne nazwy procesów i obiektów zastępuje się jednostkami leksykalnymi zaczerpniętymi z rejestru słownictwa codziennego. Kondensują one przekazywane treści, brzmią swojsko i mogą być postrzegane jako przyjazne adresatowi (por. wyrażenie *komputer wisi*).

Partie wykazujące zbieżność z naiwnym widzeniem jakiegoś fragmentu rzeczywistości, przedstawiają pojęcia i czynności w sposób obrazowy, odwołują się do tematyki ogólnobytowej:

Mieszkam w Los Angeles, gdzie ziemia wygląda solidnie, ale jej głębsze pokłady są pocięte pęknięciami, zupełnie jak skorupka jajka na twardo ściśnięta w dłoni. Kiedy napór na te słabsze miejsca jest zbyt duży, ziemia zaczyna drżeć. Głęboko w psychice mężczyźni, który kłamie, zachodzą podobne procesy. Na zewnątrz może wyglądać solidnie, ale w środku pocięty jest siecią niewidzialnych słabości i lęków. Kiedy coś je aktywizuje, czuje wewnętrzne trzęsienie ziemi i woli wybrać kłamstwo, niż narazić się na wstrząs, który, jak sądzi, może spowodować prawda (For 68).

Jednym z ciekawszych problemów, związanych z komunikacją interpersonalną realizowaną przez poradniki intymne, motywacyjne i komputerowe, jest **przekształcanie wewnątrztekstowej przestrzeni komunikacyjnej** dzielącej interlokutorów. Uwagę przykuwają fragmenty będące świadectwem symetrycznej wymiany poglądów, umyślnej symulacji „lustrzanego zachowania partnerów” (Kita 1999: 124) znajdujących się w sytuacji *face to face*. Instancja nadawcza tekstu – stwierdza M. Wojtak (1994: 306) – przybiera w nich maskę wszechwiedzącego narratora. Autor przewiduje prawdopodobne reakcje odbiorcy: stwarza złudzenie, że przytacza jego autentyczne repliki, odpowiada na przytoczone wprost (lub łatwe do zrekonstruowania) pytania¹¹, komentuje prawdopodobne, acz przemil-

11 Rzeczone pytania można by nazwać za B. Boniecką (2000: 207) dyskursywnymi, ewokują bowiem domysł istnienia ukrytej gry słownej między podmiotami. W odróżnieniu od układów zredukowanych do samej odpowiedzi, wypowiedzi pytające przypisywane czytelnikowi lub mieszczące się w formie „my” zaliczamy do pełnych jednostek dialogowych (Boniecka 1983; zob. też Wojtak 1994: 305).

czane, odzewy. Tym sposobem stara się udowodnić czytelnikowi, że jest on osobą dociekliwą, spostrzegawczą, mogącą rozwijać i uzupełniać – przebiegającą w trybie emisji unilateralnej, przy czym stylizowaną na formę dialogu¹² – wypowiedź. Odwołajmy się do najciekawszych przykładów:

Słyszę jak mówisz: „Ale przecież znam ludzi, którzy się zmienili!” (Koch 59).

Czasami spokojnie sobie pracujesz w jakimś programie, a tu jak grom z jasnego nieba – pojawia się to paskudne zgłoszenie DOSa. Skąd ono się tu wzięło? Nieważne. Najważniejsze jest: „jak wrócić z powrotem do pracy?” (Op 206).

Jest bardzo prawdopodobne, że niedługo i Ty zaczniesz wędrować po Sieci, tak jak miliony innych ludzi, od dzieci po starszków. Jednak najpierw potrzebny Ci będzie dostawca usług internetowych [...], czyli instytucja, która dba o stronę techniczną dostępu do Internetu. (Nie, nie można po prostu „zadzwoić” do Internetu) (Kr 8).

Czy słyszałeś kiedykolwiek o samobójstwie w królestwie zwierząt? Nie wierzę, że słyszałeś (Sis 61).

Wciągnięcie adresata w tok wywodów i zespolenie z nim ułatwiają także specyficzne chwytów pozwalające nadawcy (reżyserowi i pedagogowi w jednej osobie) na programowanie zachowań, które mają nastąpić po zamknięciu książki (*Spędziłeś już sporo czasu przed komputerem. Jeżeli masz ochotę na przerwę, możesz wyłączyć komputer* Kr 8; *Kończąc tak rzeczową nutą, zrobimy sobie przerwę na filiżankę herbaty* Sis 22) oraz gesty foniczne dopingujące czytelnika do dalszej lektury, służące reklamowaniu treści, aktywizowaniu uwagi oraz podtrzymywaniu kontaktu (*Jeśli nie wiesz, czytaj dalej. Jeśli wiesz, to też czytaj dalej, bo dowiesz się o wiele więcej* Pot 65). W opinii M. Wojtak (1994), powinno się mówić nie o dialogiczności, a wręcz o teatralności przekazu autorskiego. Przyjrzyjmy się następującym przykładom:

No dobrze, ale postawiłem tu pytanie: Czy jesteś jej najlepszym kochankiem? [...] Ręce w górę ci, co odpowiedzieli: (d) nie, nie jestem. No i widzicie, nikt (Pot 45).

Zamknij oczy i kilka razy głęboko odetchnij. Wsłuchaj się w szum morza za oknem, posłuchaj śpiewu słowika. Pomyśl sobie, że w słoneczny dzień jedziesz kabrioletem szosą przez piękny, zielony las, wiatr targa Ci włosy i szumi w uszach. [...]

A teraz otwórz powoli oczy.

¹² Opisane formy dialogizujące przypominają strukturę monologu wypowiedzianego jako „jednostronnego dialogu” (Głowiński 1993: 669-670; zob. też Witosz 1988). Można zatem wnosić, że są właściwe różnym typom tekstów.

To tylko tępy komputer. Naprawdę.
Nie bierz go zbyt serio (Op 359-360).

Zwarty dukt „zagęszczonego” wykładu może być dla odbiorcy nieco nużący – szczególnie, jeśli temat wymaga stałego napięcia intelektualnego (poradniki komputerowe). W funkcji ubarwiających komunikat oraz urozmaicających recepcję przerywników występują hasła stymulujące, krótkie dygresje, motta, złote myśli, humorystyczne wstawki wywołujące efekt – nazwijmy to – „odsłaniania się dla relaksu”. Sprzyjają one rozładowaniu atmosfery oraz osiągnięciu porozumienia z odbiorcą:

Upraszczając – Windows 3.x jest czasowym „skokiem w bok” od prawowitej małżonki (którą jest DOS), a w Windows 95 jest odwrotnie, bierze się z nim ślub, a do DOSu można sobie „wyskoczyć”. I tak jak w życiu, wyskoki kończą się powrotem do ślubnej, na szczęście w komputerach jest to łatwiejsze i bez konsekwencji (Op 104).

Na zmniejszenie odległości między interlokutorami, złagodzenie oficjalnego charakteru komunikatu, a w efekcie zacieśnienie więzi łączącej komunikantów, wpływają z pewnością urywki imitujące swobodną wypowiedź mówioną, tworzoną *ad hoc*¹³. Fragmenty te obfitują w kolokwializmy, powtórzenia, wypowiedzenia urwane czy przejęzyczenia (zob. Kita 1989); wprawiają w zdumienie, a co najważniejsze – przełamują monotonię tekstu.

Powszechnie stosowanym zabiegiem, charakterystycznym dla sztuki oratorskiej i języka przemówień, jest także zasypywanie adresata prawdziwą lawiną pytań retorycznych, pobudzających go do myślenia i zwiększających poczucie łączności z mówiącym. Zaznaczmy, że wypowiedzi pytające jako postawienie problemu: „jak działać?” są także chwytem stylistycznym uatrakcyjniającym procedurę tłumaczenia. Np.:

Czy wydaje Ci się, że potrafiłbyś sprowadzić Debbie na właściwą drogę? A jeśli tak, co proponujesz? Czy byłbyś surowy i stanowczy? A może uwodzicielski? Czy karałbyś ją dopóty, dopóki nie zaczęłyby zwracać uwagi na Twoje potrzeby? [...] (Pot 35).

Co to jest struktura osobowości i charakteru? Struktura składa się z cech, rozwiniętych w różnym stopniu i pozostających ze sobą we wzajemnych związkach (Odw 131).

W skrajnych wypadkach autorzy wcielają się w rolę „opowiadaczy”, eksponujących sam akt mówienia:

13 Choć ze względu na organizację treści i właściwości stylistyczne poradniki sytuujemy wśród tekstów niespontanicznych (pisanych) o nastawieniu dydaktycznym (zob. Markowski 1992: 90-91).

To było tak. Najpierw ludzie skonstruowali komputer. Komputer był bardzo pożytecznym urządzeniem, i dlatego budowano coraz więcej komputerów. Kiedy komputerów było dużo, ludzie zaczęli je łączyć w sieci. Praca w sieci dawała nowe możliwości. Na świecie było wiele różnych sieci. Potem ludzie zaczęli łączyć różne sieci. I tak powstał Internet – sieć sieci oplatająca cały świat, olbrzymia Sieć pozwalająca komunikować się ludziom i komputerom na całej Ziemi (ABC 300).

Nadawaniu przekazowi charakteru dialogowego, a także wzmacnianiu wiarygodności (Starzec 2001: 216) tej „poradnikowej konwersacji” służą w końcu te elementy, które bezpośrednio identyfikują „uczestników dyskursu” i zaświadczenia o typie łączącej ich więzi. Z konfrontacji kategorii personalnych wskazujących na strony dyskursu jasno wynika, że oficjalność sytuacji nie przeszkadza w przyjmowaniu swobodnych (często nader swobodnych) postaw komunikacyjnych, choć zachowania werbalne wobec nieznanymi adresatów powinny być naznaczone dużą dozą powściągliwości (zob. Grabias 1994).

Najbardziej wyrazistej, w badanym materiale najczęściej występującej, pierwszoosobowej postaci predykatu niejako z góry przypisana jest „rola nadawczości”. Krótko mówiąc, komunikaty wypowiedziane w 1.os. l. poj. to wyjątkowo skuteczna metoda przekazywania informacji. Sugeruje ona, iż przewaga wiedzy czy doświadczenia nadawcy, a także prestiż społeczny piszącego ulegają swego rodzaju inaktywacji, zaś partnerzy „rozmowy” są niemal równi pod względem rangi. Dalej: budzi największe zaufanie czytelnika, gdyż niejako zapewnia o ponoszeniu przez autora (zawieszenie mechanizmów asekuracyjnych¹⁴) całkowitej odpowiedzialności za przedstawiane idee (Okopień-Sławińska 1998).

Ogniwo pośrednie między poufałością a oficjalnością stanowią formy 1. os. l. mn. Uściślijmy, iż za sprawą inkluzywnej postaci *my* (zob. Karolak 1999: 660) nadawca solidaryzuje się z pewną wspólnotą, deklaruje, że rozważane problemy (doświadczenia) osobiście go dotyczą¹⁵. Np.:

Jeżeli nasze modlitwy pozostają bez odpowiedzi, to trzeba zapytać, czy modlimy się o właściwą rzecz. Trzeba poprosić, by przyszła do nas ta właściwa modlitwa, by została nam przekazana w jasny i zrozumiały sposób (Zak 152).

14 Więcej na ten temat pisze M. Wojtak (1999).

15 Gest rozmyślnego utożsamienia się z czytelnikiem dalby się wyczytać z (nadbudowanego nad głównym przekazem) komunikatu podskórnego o następującej treści: „Mnie też to spotkało”, „Jestem jednym z was”, „Wszyscy mamy problemy”.

Do zbliżenia przestrzeni dyskursywnej prowadzą syntetyczne – nacechowane bezpośredniością i familiarnością, występujące przede wszystkim w tekstach dydaktycznonaukowych i popularnonaukowych (Gajda 1988: 198) – formy 2. os. l. poj. (czasowniki lub same zaimki). Za ich pomocą nadawca potwierdza odrębność i tożsamość czytelnika, zaspokaja jego potrzebę czucia się ważnym. Nieco większy dystans buduje 2 os. l. mn. (*wy / wasz*) oraz tradycyjne (etykietałne) formuły adresatywne zbudowane według schematu: zaimek osobowy + wyraz wchodzący w skład zwrotów grzecznościowych + rzeczownik w wołaczu¹⁶. „Najbezpieczniejsze” z punktu widzenia językowego *savoir-vivre*’u są jednak formy 3. os. obu liczb, skrywające personalnie niedookreślonego odbiorcę (*ktoś, użytkownik, ludzie, mężczyźni, kobiety, wszyscy* itd.)¹⁷. Porównajmy przykłady:

Książka ta pomyślana jest tak, aby pomóc ci odkryć, czym sukces jest dla ciebie i jak ty mógłbyś go osiągnąć. (Sis 15-16).

Jak zauważyłeś Drogi Czytelniku część klawiszy jest opisana podwójnie. (ABC 46).

Nauczę was, jak osiągnąć jasny, racjonalny sposób myślenia, który pozwoli wam podejmować decyzje w waszym najlepszym interesie. (For 123).

Uważny Czytelnik zapewne zwrócił uwagę, że choć tytuł rozdziału brzmi „Sieci rozległe”, chcąc nie chcąc, zaczynamy mówić o Internecie. (Jag 333).

Jeśli ktoś, czując się smutny i samotny, wybierze się w sylwestrowy wieczór na Time Square i będzie przebywał pośród tysięcy rozbawionych ludzi, prawdopodobnie nie pozuje się szczęśliwy. (Garw 31).

Zdeterminowanie struktury poradnika przez partnerski typ interakcji obliguje podmiot wypowiedzi do traktowania potencjalnego czytelnika ze szczególną atencją. Piszącemu zależy na tym, by kontakt z książką był dla interlokutora-nieprofesjonalisty przyjemny (por. maksymy współtworzące zasadę grzeczności w ujęciu Leecha, zob. np. Polański 1999: 669), a wpisane weń wzajemne oddziaływanie na siebie komunikantów opierało się na życzliwości, przyjaźni oraz szacunku. Kształtowanie „pozytywnej twarzy” autora (Duszak 1998: 262) – przyjaciela, opiekuna, czasem kumpla – objawia się przez akceptację próśb, wybaczenie

16 Aby nie budzić negatywnych skojarzeń i okazać szacunek interlokutorowi stosuje się zwykle wielkie litery zapisu.

17 Zastąpienie relacji: „ja” – „ty” układem: „ja” – „on” może sprawiać wrażenie uszanowania dla „rozmówcy” bądź skromności „mówiącego”, który nie czuje się na tyle pewnie, by zwracać się do czytelnika wprost (Okopień-Sławińska 1998: 82).

błędów, prawienie komplementów, rozmyślnie identyfikowanie się z poglądami i językiem potencjalnego odbiorcy; słowem: poprzez kwestionowanie swej uprzywilejowanej pozycji w dyskursie (np. *Nie ma także znaczenia to, co ja mówię, ponieważ jedynie Ty [...] potrafisz zmienić sposób myślenia, odczuwania i działania* Poz 66). Nadawca liczy się z gustem oraz preferencjami interlokutora (*Jeżeli nie zgadzasz się z czymś, co mówię, zignoruj to* Poz 9; *Jeśli nie podoba ci się określenie rozwój duchowy, możesz użyć zwrotu rozwój osobisty lub samorozwój* Sis 29; *Jeżeli nie masz ochoty na dalsze przygody, możesz zakończyć ćwiczenie na następnym kroku* Kr 20)¹⁸; przekazując porady praktyczne i tzw. życiowe nie stroni od elementów oceny, przyznaje się do osobistych fascynacji lub awersji, gdyż pragnie niejako „zarazić” nimi odbiorcę.

Autorzy badanych poradników tworzą swój wizerunek tak, by móc ukierunkować pożądaną aktywność odbiorców za pomocą koronnego argumentu: „Ponieważ się lubimy, powinienes mnie posłuchać”. Pragną być postrzegani jako osoby szczerze, prostolinijne, autentycznie zaangażowane w interakcję; starają się za wszelką cenę uwolnić od ciężącego na nich piętna specjalistów¹⁹. Cechuje ich umiejętność empatii, tj. wczuwania się w sytuację adresata lub – ogólnie – rozumienia przeżyć drugiej osoby (por. Pawlik 1993; Davis 2001).

Podsumujmy. Zobrazowane strategie perswazyjne, których ilość i różnorodność wymyka się w pełni kompletnemu ujęciu²⁰, decydują o powodzeniu całego aktu komunikacji, a w szerszej perspektywie stają się gwarantem osiągnięcia zamierzonych rezultatów terapeutycznych i dydaktycznych (zmiana wyjściowego nastawienia odbiorcy; przyrost wiedzy i podniesienie sprawności jej zastosowania). Jak starałam się wykazać, typowe dla penetrowanej klasy tekstów, posunięcia autorskie znajdują odzwierciedlenie w tendencjach do: uprzystępniania przekazu, podnoszenia jego jasności oraz komunikatywności, wreszcie eksponowania dialo-

18 Jak stwierdza M. Korolko (1990), tam, gdzie odbiorca coś musi, perswazja jest po prostu zbędna.

19 Mimo że wysoki stopień kompetencji czyni człowieka atrakcyjnym, to pewne przywary (wady) czynią go bardziej wiarygodnym (domyślne zapewnienia: „Ja już pozbyłem się problemów, o czym świadczy moja rola”; „Jeśli ja nauczyłem się obsługi komputera, ty też dasz radę się nauczyć” (Piętkowa, Witosz 1994)). Zjawisko to w psychologii nosi nazwę „efektu potknięcia” (Aronson 1997: 440).

20 Dokładne udowodnienie stawianych tu hipotez wymagać będzie badań na szerszą skalę.

gowości wypowiedzi *de facto* monologowej; dadzą się również sprowadzić do wspólnego mianownika nadrzędnej zasady kooperacji (Grice 1980).

Zgromadzony materiał źródłowy, a także jego eksplikacja uprawniają do następującej konkluzji końcowej: pod presją rynku, na którym od pewnego czasu toczy się zagorzała „batalia o czytelnika”, autorzy poradników ulegają modzie na pisarstwo „przyjacielskie, miłe i zrozumiałe” (cyt. za Wojtak 1994); oprócz tradycyjnych metod pozyskiwania odbiorcy, sięgają po nowe, oryginalne sposoby zainteresowania go przekazem²¹. Obserwacja zebranego korpusu tekstów skłania ponadto do głębszej refleksji nad manewrem wyraźnego przeniesienia akcentu z nadawcy na odbiorcę komunikatu, jego gusta i potrzeby. Zjawisko to nie jest marginalne, przybiera coraz znaczniejsze rozmiary, być może należy je traktować jako symptom gruntownej ewolucji obejmującej swoim zasięgiem literaturę piękną, naukową, a także formy charakterystyczne dla środków masowego przekazu.

Wykaz skrótów cytowanych źródeł

ABC	Z. Dec, R. Konieczny, <i>ABC komputera 2000</i> , Kraków 2000.
For	S. Forward, D. Frazier, <i>Gdy twój partner łączy jak pies</i> , przeł. A. Cioch, Warszawa 1999.
Garw	F. Hajcak, P. Garwood, <i>Dlaczego ze sobą śpimy? Nieseksualne powody, dla których ludzie uprawiają seks</i> , przeł. M. Trzebiatowska, Gdańsk 2001.
Jag	W. Jagielski, <i>Zrozumieć i polubić komputer</i> , Warszawa 1999.
Koch	T. LaHaye, <i>Kocham Cię, ale dlaczego jesteśmy tak różni? Jak sprawić, by różnice działały na naszą korzyść?</i> , przeł. K. Kozłowski, [brak miejsca i roku wydania].
Kr	J. Woodcock, <i>Komputer krok po kroku</i> , oprac. wersji polskiej J. Radziskowska-Kopańczyk, Warszawa 1999.
Odw	P. Lauster, <i>Odwaga bycia sobą</i> , przeł. A. Bender, Warszawa 2000.
Op	D. Gookin, A. Rathbone, <i>Komputer dla opornych</i> , Warszawa 1993.
Pot	G. Masterton, <i>Potęga seksu</i> , Poznań 2001.
Poz	L.L. Hay, <i>Poznaj moc, która jest w tobie</i> , przeł. K. Pawłowski, Warszawa 1994.

21 Chcąc za wszelką cenę zachęcić do korzystania ze swej książki, nadawcy mogą odnieść odwrotny skutek i zniechęcić adresata do interakcji zbyt infantylnym traktowaniem jego osoby (por. Wojtak 1994: 307). Wszak przesadne „mizdrzenie się do komunikantów” może wywoływać zniecierpliwienie, podważać szczerą intencję tego, kto mówi.

- Sis M. Sisson, *Najpiękniejsza ścieżka życia. Być – działać – mieć*, przeł. S. Zięborak, Warszawa 2000.
- Zak E. Foley, *Zakochaj się w życiu. Podręcznik małych i dużych kroków dla poszukującej duszy*, Łódź 2000.

Literatura

- Aronson E., 1997, *Człowiek – istota społeczna*, przeł. J. Radzicki, Warszawa.
- Boniecka B., 1983, *Pole gramatyczne jako czynnik spójności tekstu dialogowego. – Tekst i zdanie*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 231–245.
- Boniecka B., 2000, *Struktura i funkcje pytań w języku polskim*, Lublin.
- Cialdini R. B., 2001, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, przeł. B. Wojciszke, Gdańsk.
- Danek D., 1972, *O tytule utworu literackiego*, „Pamiętnik Literacki”, z. 4.
- Data K., 1994, *Dialog i monolog w procesie porozumiewania się. – Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, J. Nocoń, Opole, s. 131–135.
- Davis M. H., 1999, *Empatia. O umiejętności współodczuwania*, przeł. J. Kubiak, Gdańsk.
- Duszak A., 1998, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa.
- Gajda S., 1982, *Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym*, Warszawa – Wrocław.
- Gajda S., 1987, *Spoleczne determinacje nazw własnych tekstów (tytułów)*, „Socjolingwistyka”, nr 6.
- Gajda S., 1988, *Dialogowość tekstów naukowych*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej” Językoznawstwo XI, Opole, s. 181–192.
- Gajda S., 1999, *Język nauk humanistycznych. – Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przelomie tysiącleci*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 12–32.
- Genette G., 1992, *Palimpsesty*, przeł. A. Milecki, – *Współczesna teoria badań literackich za granicą*, t. 4., red. H. Markiewicz, Kraków, s. 316–366.
- Głowiński M., 1993, *Monolog wypowiedziany. – Słownik literatury polskiej XX wieku*, red. A. Brodzka [i in.], Wrocław – Warszawa – Kraków, s. 669–670.
- Grabias S., 1994, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin.
- Grice H. P., 1980, *Logika i konwersacja*, przeł. B. Stanosz, – *Język w świetle nauki*, red. B. Stanosz, Warszawa, s. 91–114.
- Jastrun T., 1999, „Instrukcja obsługi człowieka”. *Poradniki – papierowa szkoła życia*, „Polityka”, nr 52, s. 64–68.
- Karolak S., 1999, *Zaimek osobowy. – Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław – Warszawa – Kraków, s. 660–662.
- Kita M., 1989, *Wypowiedzi przerwane we współczesnym polskim języku potocznym*, Katowice.

- Kita M., 1998, *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Katowice.
- Kita M., 1999, „... porozmawiajmy o rozmowie”. *Kryteria typologii rozmowy jako interakcji werbalnej*, „Stylistyka” VIII, Opole, s. 119-131.
- Koj L., 1972, *Analiza pytań II. Rozważania nad strukturą pytań*, „Studia Semiotyczne” III, Wrocław, s. 99-113.
- Korolko M., 1990, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa.
- Markowski A., 1992, *Typy tekstów współczesnej polszczyzny (propozycja klasyfikacji)*. – *Opisać słowa*, red. A. Markowski, Warszawa, s. 77-91.
- Miodek J., 1981, *Tytuł w tytule jako środek stylistyczny*, „Rozprawy Komisji Językowej XII”, Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, Wrocław.
- Mukařovský J., 1970, *Dialog a monolog*. – *Wśród znaków i struktur. Wybór szkiców*, przeł. J. Baluch [i in.], Warszawa.
- Nęcki Z., 1992, *Komunikowanie interpersonalne*, Wrocław.
- Nęcki Z., 1996, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków.
- Okopień-Sławińska A., 1998, *Semantyka wypowiedzi poetyckiej (Preliminaria)*, Kraków.
- Pawlik J., 1993, *Psychoterapia analityczna*, Warszawa.
- Piętkowa R., Witosz B., 1994, *Relacje nadawczo-odbiorcze w tekście terapeutycznym*. – *Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, J. Nocoń, Opole, s. 309-313.
- Piętkowa R., 1996, *Wizualizacja semantyki. O niektórych sposobach zapisu we współczesnych tekstach*. – *Styl a tekst*, red. S. Gajda, M. Balowski, Opole, s. 159-168.
- Piętkowa R., 2001, *Paratekst w tekstach naukowych – informacja i/lub reklama*. – *Stylistyka a pragmatyka*, red. B. Witosz, Katowice, s. 201-211.
- Pisarek W., 1966, *Tytuł utworu swoistą nazwą własną*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Katowicach”, *Prace Językoznawcze*, t. 3, Katowice, s. 67-81.
- Polański K., 1999, *Zasady (reguły, postulaty) konwersacji*. – *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław – Warszawa – Kraków, s. 669.
- Ricoeur P., 1989, *Język, tekst, interpretacja. Wybór pism*, przeł. K. Rosner, Warszawa.
- Starzec A., 1994, *Formy pozyskiwania odbiorcy w tekstach popularnonaukowych*. – *Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, J. Nocoń, Opole, s. 277-282.
- Starzec A., 1999, *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole.
- Starzec A., 2001, *Między intencją nadawcy a sytuacją odbioru, czyli fenomen popularyzatorstwa S. Sękowskiego*. – *Stylistyka a pragmatyka*, red. B. Witosz, Katowice, s. 212-223.
- Strutyński J., 1997, *Gramatyka polska*, Kraków.
- Wierzbicka A., 1971, *Metatekst w tekście*. – *O spójności tekstu*, red. M. R. Mayenowa, Wrocław, s. 105-121.
- Witosz B., 1988, *Cechy strukturalno-składniowe monologu wypowiedzianego. (Na przykładzie literatury polskiej)*, Katowice.

Wojtak M., 1994, *Przyjacielsko, miło, zrozumiale, czyli o stylu poradnika. – Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, J. Nocoń, Opole, s. 301–307.

Wojtak M., 1999, *Dyskurs asekuracyjny w dyskursie naukowym. – Dyskurs naukowy – tradycja i zmiana*, red. S. Gajda, Opole, s. 139–146.

The Methods of Gaining Readers in Intimate, Motivational and Computer Handbooks

The basic topic of the considerations shown in the article are strategies subordinated to the impressive function, their essence being stimulating a reader's attention, awakening a reader's interest in the message and achieving the assumed therapeutic and didactic results. The research comprised positions that hit best the readers' needs and are records of a specific type of communication and hence an interesting object of linguistic observation – handbooks dealing with sexology (intimate handbooks), psychology (motivational handbooks) and computer science (computer handbooks).

In the author's opinion, the contents of a handbook can be – as a subjective act – a pre-text for a sender to show himself; on the other hand, it is a medium through which an addressee can be subject to various stimuli (persuasive intentions: intra- and extra textual). The presented methods of gaining readers are manifested in distinct (and prevailing in the gathered material) tendencies to (1) make the reception of the message easy; (2) improve the communication of the message; and (3) expose the dialogue nature of the text, which is, in fact, a monologue.