

DARIUSZ GALASIŃSKI, CHWALENIE SIĘ JAKO PERSWAZYJNY
 AKT MOWY, Kraków: Instytut Języka Polskiego PAN, 1992, ss. 86.

Znany wierszyk dla dzieci opowiada o tym, jak nie dobrze jest się chwalić: *Samochwała w kącie stała...* Zanadto dobrze mówić o sobie po prostu się nie godzi. Cnota skromności, stoicki imperatyw *mierności i dystansu* zdaje się być oczywistością w naszym świecie. To co jawi się jako kwestia naturalna, jest jednak w istocie sprawą smaku.

Źródeł takiego stosunku do nadmiernie dobrego obrazu samego siebie można byłoby przytaczać wiele. Dariusz Galasiński z *savoir vivre*'owej zasady uczynił podstawę opisu jednego ze szczególnych przypadków aktów mowy. Generalizacja, która odsyła do antropologicznej literatury, sugeruje więcej niż w rzeczywistości swoją mocą eksplanacyjną obejmuje. Uznanie „skrytości” za główny indeks chwalenia się, jako perswazyjnego aktu mowy nie broni się nawet w materiale naszego kręgu kulturowego. Charakteryzuje tylko pewną klasę zachowań w określonych typach sytuacji komunikacyjnych. Kulturowa reglamentacja sytuacji komunikacyjnych nie interesuje jednak językoznawcy.

Galasiński swoją koncepcję buduje na interpretacjach teorii aktów mowy sformułowanych przez J.R.Searle'a. Interesują go więc aspekty illokucyjności i perlokucyjności zdarzeń mownych. Akty mowy mają w swojej charakterystyce element sprawczy (bezpośrednio lub pośrednio). Jego opisanie i wyjaśnianie winno zdawać sprawę z ich usytuowania interakcyjnego. Komunikacyjny (w najszerszym znaczeniu) sens aktu mowy zakłada praktyczny udział w jego konstytuowaniu kontekstu (udział interlokutorów, więzi między nimi...) oraz kontekstu zinternalizowanego, obrazu sytuacji komunikacyjnej, z jakim do jej wypełnienia przystępują konkretni wykonawcy. Otwiera to szereg poważnych kwestii. Część z nich Galasiński także zauważa. Chodzi przede wszystkim o odpowiedzi na pytania o mechanizmy generowania tekstów, o „przedkonwersacyjną” wiedzę użytkowników języka (s. 20). Kwestie te są wieloaspektowe – z jednej strony idzie o „poziom edukacyjny”, tj. kulturowo zdeterminowane uczenie zachowań (etykiety), m.in. językowych, z drugiej zaś – o poszukiwania głębszych mechanizmów antropologicznych, o czym autor wprawdzie wspomina, lecz sprawy wyjaśnia powierzchownie i często bałamutnie (s. 66-74)!

W języku innych teorii można te pryncypialne pytania, nawet nie zasygnalizowane satysfakcjonująco w pracy, sformułować inaczej – chodzi o rządzące zachowaniami, w tym także mownymi, „schematy poznawcze” (por. np. *Psycho-*

logia... 1986) albo też „światopoglądy”, określające różne „sposoby bycia” (Pawluczuk 1991). Kwestie te wyraziście zostały wyartykułowane w pracach nad „słownikiem ludowych stereotypów językowych” i ustaleniach etnolingwistycznych¹. Jest to kardynalna sprawa teorii poznania: to opinia na temat „społecznie tworzonej rzeczywistości”, ale też jej współkontytuowania, „językowego obrazu świata” oraz – już bardziej konkretnie – jej przejawiania się w aktach mowy i wchodzących w ich skład tekstach werbalnych. Akty mowy, jak należy sądzić nie tylko po lekcji symbolicznego interakcjonizmu, zawierają w sobie informacje o poprzedzającym konkretnych użytkowników języka „obrazie świata”. Są także elementami niekończącego się procesu negocjowania jego kształtu aktualnego. To m.in. dlatego, uwzględnienie konsytuacji zdaje się być w procesie rozumienia zabiegiem niezbędnym.

W zaproponowanym przez D. Galasińskiego sposobie postępowania nie poświęca się szczególnie wiele uwagi powyższym problemom. Trzeba jednak prześledzić bliżej procedury, jakie stosuje dla wyjaśnienia istoty wybranych do opisu klasy aktów mowy, aby zobaczyć tkwiące w nich zasadnicze ograniczenia. Otóż stwierdza on, iż „W wypadku aktów perswazyjnych można mówić o dodatkowej ich funkcji będącej nadrzędną wobec tej, którą pełnią wypowiedzi klasyfikowane w obrębie typologii Searle’a” (s. 17).

Rozpoznawania tej dodatkowej funkcji chce dokonywać w oparciu o analizę tekstów, które klasyfikuje się według zakodowanych w nich intencji. Galasińskiego interesują te mowne zdarzenia, których intencją generującą teksty jest właśnie chwalenie się, tj. budowanie korzystnego obrazu siebie przez uczestnika konkretnej sytuacji komunikacyjnej. Autor zakłada, iż taka autoprezentacja jest uznana społecznie za naganną, stąd w konstruowaniu wypowiedzi nadawca musi dokonywać wielu zabiegów maskujących, skrywających intencję. W charakterystyce chodzi o „akcentowanie skrytości, pośredniości działań perswazyjnych” (s. 15).

Ustalenia poczynione przez Galasińskiego dobrze charakteryzują te zdarzenia mowne, którymi rządzi osobliwa, komunikacyjna gra². Chwali się po to, aby zbudować pozytywny obraz samego siebie i równocześnie – aby uchronić uważany

1 Por. prace zamieszczone w „Etnolingwistyce” pod red. J. Bartmińskiego.

2 Ograniczoność rozważań Galasińskiego dobrze byłaby uchwytna np. w momencie odwołania się do takich koncepcji psychosocjologicznych, jak E. Berne’a 1987. W pracy tej odnaleźć można takie schematy interakcyjnych gier, które wyczerpują opis przypadków objętych refleksjami językoznawcy. Są w niej jednak i inne, w których rozgrywa się pewne sytuacje, bazując na „nadmiernie pozytywnym obrazie siebie”.

za cenny ten element obrazu, który zakłada skromność, a więc – „niechwalenie się”. Autor dokonuje zestawienia różnych sposobów osiągnięcia takiego efektu. Pisz o technikach ujawniania się nadawcy, poddaje analizie (bez funkcjonalnego chociażby) wypowiedzi kolokwialne, teksty prasowe, jak i enuncjacje retora tak sprawnego, jak Jerzy Urban. Następnie usiłuje zestawić „sposoby wartościowania się” (s. 47). Zauważa m.in. „przypisywanie sobie cech lub właściwości pożądanых społecznie”, „wymienianie siebie jako uczestnika sytuacji czy ról społecznych, które wymagają cech czy właściwości pożądanых społecznie”. Bywa to chwalenie się faktami (s. 49), bądź „sugerowanie odbiorcy korzyści płynących z interakcji z nadawcą” (s. 49)... Opisowane zachowania Galasiński uznaje za jednoznacznie społecznie naganne, sporo uwagi poświęca więc technikom „neutralizacji chwaleń się” (s. 58-65).

Kłopot interpretacyjny wynika z praktycznych decyzji na temat materiału empirycznego, który do wyprowadzania wniosków został użyty. Otóż Galasiński opisuje pewną klasę aktów mowy wykorzystując jako materiał analityczny najważniejszą bez wątpienia ich część, tj. utrwalone teksty werbalne. Takie decyzje podejmuje już na wstępie swych rozważań. Natomiast kiedy przystępuje do czynienia najbardziej problematycznych ustaleń na temat „Kultura a chwalenie się”, ubolewa, że „trudne wydaje się ustalenie korpusu tekstów, które posłużyłyby do ustalenia takich zależności” (s. 67). Trudność jest rzeczywiście natury pryncypialnej – nie teksty, lecz sytuacje komunikacyjne powinny być w tym wypadku punktem wyjścia³.

Wiara w eksplanacyjną wystarczalność analizy tekstów, gdy pragnie się dotrzeć do interakcyjnych, antropologicznych sensów działania języka (s. 46-47), co więcej – o skutkach interakcyjnych zakładanych przez teksty się wypowiada, ujawnia zasadnicze ograniczenia pracy: w istocie dotyczy ona tylko opisanego na podstawie wybranych tekstów szczególnego przypadku etykiety towarzyskiej, kiedy to chwalenie jest traktowane jako zachowanie naganne. Galasiński niewiele ma do powiedzenia na temat innych sytuacji komunikacyjnych, w których chwalenie się jest nie tylko dozwolone, lecz wręcz zalecane. Idąc tropem autora, który odwołuje się do literatury, wystarczy przeczytać płody „domowej muzy” w poezji barokowej, *Liber chamorum* W.N. Trepki czy stosowne fragmenty *Wojny chocimskiej* W. Potockiego. Jeszcze łatwiej byłoby przykłady odnaleźć w materiałach

3 W.Pawluczuk (1986), analizując zdarzenia konwersacji potocznej, pokazał, jakie zilustrował możliwości interpretacyjne sytuacji komunikacyjnej, która nie poprzestaje na samych tylko tekstach

etnologicznych. Megalomania narodowa⁴ dostarcza wielu barwnych przykładów deprecjonowania innych nacji właśnie przez ostentacyjne wychwalanie własnych wartości.

Poszukiwanie intencji wymaga osobliwego dystansu do przedmiotu opisu, inaczej jest zagrożone uzurpacjami aksjologicznymi. Przykładem takiej pułapki jest opinia autora na temat intencyjnej charakterystyki działań homiletycznych. Galasiński pisze: „Kazanie (nauczanie) dokonywane jest dla dobra adresatów, poza tym odbiorcy zdają sobie sprawę z tego, iż będą przekonywani, iż nadawca będzie starał się wpływać na ich postawy [...]. Kazania nie mają sprawiać wrażenia li tylko obiektywnych relacji (tak, jak ma to miejsce w wypadku np. propagandy), odbiorca wie, że to, co się do niego mówi, ma nie tylko informować” (s. 28). W takiej opinii autor przyjął wartościujące założenie o autorytecie pewnej instytucji, choć przecież obiecywał mówienie o tekstach i ich blokach. Gdyby dotrzymał słowa – trudno byłoby zdobyć się na tak pryncypialne rozgraniczenie: teksty propagandowe także bazują na trosce o „dobro adresatów”, a kazania bywają budowane o retorykę „obiektywnych relacji”... Różnice są więc uchwytnie przez opisanie społecznej reglamentacji sytuacji komunikacyjnych i ich stereotypowych obrazów rządzących procesami interakcyjnymi (por. Argyle 1991). To właśnie te stereotypy są niezbędne jako wstępne, „przedrefleksyjne” przesłanki do podejmowania działań, one stanowią punkt wyjścia do negocjowania w interakcji wspólnej definicji świata i konkretnej sytuacji.

Problem polega na tym, iż twierdząc cokolwiek na temat intencji generujących teksty, autor wkracza na teren typologii sytuacji komunikacyjnych z całym skomplikowaniem ich światopoglądowych zobowiązań. Chodzi o sprawy, które pojawiły się w początkowych fragmentach książki (kwestie „wiedzy” użytkowników języka), a które nie znalazły praktycznych kontynuacji w dalszych jej partiach.

Jest to rozległy obszar problemów „językowej etykiety”: chodzi nie tylko o etykietę towarzyską, którą autor się zajmuje (chwalenie się jako czynność towarzysko naganna), lecz etykietę pojmowaną jako „wiedza”, jako zespół reguł posługiwania się znakami, kodami, „gatunkami mowy”, ale także szerzej – sposobów posługiwania się językiem w procesach osvajania świata (por. *Polska...* 1992 i Buchowski...1992. Gdyby rozważania na temat chwalenia się rozpoczynać od poziomu kultury i budowania typologii sytuacji komunikacyjnych, wnioski na temat tych szczególnych aktów mowy, byłyby odmienne. Te, które sformułował Galasiński, stosowałyby się do wąskiej grupy zachowań związanych z określonym

4 Ten aspekt – samochwalstwa i poniżenia innych – wydobyl m.in. J.S.Bystron, (1980).

typem społecznej etykiety, konwenansu i jej zastosowanie zdaje się i w naszej rzeczywistości powoli tracić oczywistość. Wystarczy zobaczyć kierunki przebudowy wzorców osobowych. Skrótowym tego zapisem niech będzie eksplozja popularności rozmaitych podręczników „know how”, uczących skutecznego działania. Budowaniu bardzo pozytywnego *image* i podnoszenie swojej samooceny w prezentowaniu się innym poświęca się w nich szczególnie wiele miejsca. (W poradnikach „towarzyskich” pojawia się np. sformułowanie, że „Biznes nie lubi ludzi, którym się nie powiodło”).

Materiał historyczny także pokazuje ograniczoność stosowania ustaleń Galasińskiego. Gdyby autor, poza deklaracjami, zadbał o deskrypcję samego aktu mowy, tj. gdyby uwzględnił to, kiedy, w jakich okolicznościach wykonywany jest tekst, jak są konstruowane relacje nadawczo-odbiorcze, jak jest poszczególne tekst odbierany i rozumiany, kwestie znacznie by się skomplikowały. Chwalenie się bywa także działaniem nakazanym. Wystarczy odwołanie się do materiału etnograficznego – sam autor czyni to, lecz z uwagi na przypadkowość wykorzystanego materiału (głównie z opracowań teoretycznych), wnioski bywają bałamutne. I tak stwierdza np. iż „deklaracje są wypowiedziami silnie zrytualizowanymi, a więc, jak się wydaje, najmniej podatnymi na to, by stać się perswazyjnymi” (s. 17). Zgodzić się z taką opinią nie sposób – efektywność oddziaływania jest uzależniona nie tyle od samej gramatyczno-językowej formy wypowiedzi, co raczej – od udatnego zastosowania etykiety. Właściwe rozpoznanie sytuacji społeczno-komunikacyjnej (tj. zastosowanie właściwego „skryptu poznawczego”) wyznacza właściwe decyzje „mowne”. Perswazyjna moc deklaracji może być bardzo wielka!

Chwalenie bywa więc czynnością kulturowo nakazaną. Rangę takich działań potwierdza przewrotnie literatura sowizdrzalska. Liczne „autopanegiryki” i wspańnięte wywody genealogiczne wszakże ośmieszają hierarchię wartości parodiowanych wzorców, a nie samą zasadę autoprezentacji!

Brak świadomości aktywnej roli kontekstu i językowej etykiety pozwala Galasińskiemu na zbudowanie analogii między chwaleniem w ludowym obrzędzie swatów a ogłoszeniem matrymonialnym zamieszczonym w prasie. Analogia jest czysto powierzchowna – „kultury typu ludowego” (przywołany zostaje tu L. Stomma) bada się na innym poziomie niż opis tekstu prasowego!

„Zakorzenie ogłoszenia matrymonialnego w kulturze ludowej (kulturze typu ludowego) i pewne nawiązania do instytucji swatów konstytuują niejako drugą przyczynę zróżnicowania sposobów chwalenia się. Otóż w ogłoszeniu matrymonialnym wolno i nawet trzeba przypisywać sobie pozytywne cechy [...]; w sytuacji

na drugim biegunie należy raczej pozostawić ocenę odbiorcy, to rady naukowe czy inne gremia mają ocenić nadawcę wypowiedzi, a nie on sam” (s.69).

Trudno mówić tu o jakimś kontinuum – przykłady i materia owych aktów mowy jest zupełnie inna (choćby dlatego, że nie da się w jednym ciągu postawić aktów komunikacji ustnej i tych, które realizują się w formach pisanych i to jeszcze drukowanych w prasie masowej!). Przykłady definiują różnice, które stawałyby się uchwytne w próbie stworzenia typologii sytuacji komunikacyjnych. Część z nich dotyczy w istocie tylko odmiennych rozwiązań retorycznych.

Odwołania się do antropologii – niezbędne w istocie dla opisanie instytucji chwalenia się, ujawnia ryzyko takiego językoznawczego nastawienia do opisywanej rzeczywistości, które pokłada nadmierne zaufanie do analizy tekstów werbalnych i stosowanych w nich chwytów retorycznych. Przykładem wykorzystania szerszych kategorii interpretacyjnych, dla tematu ważnych, lecz przez Galasińskiego ujętych w niezwykle powierzchowny sposób, jest wykorzystanie antropologicznych rozważań na temat relacji „swój – obcy”. Zupełnie fałszywa jest opinia: „Obcy będzie z reguły wartościowany negatywnie (poza szczególnymi wypadkami, np. Bóg)” – Boga to również dotyczy, może nawet: przede wszystkim. Doświadczenie „świętości”, „bóstwa” wyznacza podstawową matrycę relacji „ziemskich”!(Benedyktowicz 1987). Podstawowa zasada waloryzowania świata według relacji swój-obcy w ogóle wspiera się na generalnym dowartościowaniu, właśnie chwaleniu siebie, na uczynieniu z siebie (swojego domu, wioski, miasta...) punktu centralnego w postrzeganiu i organizowaniu świata. To my jesteśmy lepsi, my jesteśmy „ludźmi”, a inni są „niemi”, albo *mowa ich psów szczekania podobna....*

Chwalenie się jest jednym ze sposobów na negocjowanie definicji rzeczywistości. Wypełnia w interakcyjnych procesach o wiele więcej i głębiej motywowanych funkcji niż tylko instrumentalne zobowiązania przedstawione przez Galasińskiego. Prezentacja siebie, rozpoznawanie innych i określanie hipotetycznego obrazu siebie u innych, stanowi jeden z ważniejszych elementów generalnego procesu stanowienia społecznego świata. To negocjowanie jest procesem żmudnym, i wciąż na nowo podejmowanym w każdej sytuacji komunikacyjnej. Na szczęście dla jednostki nie wszystko trzeba zaczynać od początku: najpierw jest język i kulturowa kompetencja. Akt mowy jednak zawsze wpisany jest w ten kontekst poznawczej i aksjologicznej gry. Poszukiwanie „korpusu tekstów” dla opisanie tego fenomenu z pewnością nie daje szansy na uchwycenie jej zasad i niuansów (Pawluczuk 1990).

Literatura:

Argyle M., *Psychologia stosunków międzyludzkich*, Warszawa 1991.

Benedyktowicz Z., „Gość w dom, Bóg w dom” i obcy jako bogowie, „Polska Sztuka Ludowa” 1987, nr 1-4.

Berne E., *W co grają ludzie*, Warszawa 1987.

Buchowski M, Burszta W.J., *O założeniach interpretacji antropologicznej*, Warszawa 1992. Bystroń J.S., *Megalomania narodowa*, [w:] *Tematy, które mi odradzano*, Warszawa 1980.

Pawluczuk W., *Sposób bycia jako rodzaj wiary*, Kraków 1991.

Pawluczuk, *Zgryzota jako forma sztuki*, „Akcent” 1986 nr 4.

Polska etykieta językowa, pod red. J.Anusiewicza i M.Marcjanik, Wrocław 1992.

Psychologia spostrzegania społecznego, pod red. M.Lewickiej, Warszawa 1986.

Piotr Kowalski (Opole)