

Słowo o *Retoryce i wartościach*

W jednej z bardziej znanych definicji retoryki Kwintyliian określa ją jako *bene dicendi scientia*. Łaciński przymiotnik *bene* konotuje i dobro moralne (dobra mowa w dobrej wierze), i dobro estetyczne (dobra mowa pięknie wyrażona), i wreszcie dobro w znaczeniu sprawności technicznej (dobra mowa zgodna z regułami sztuki). Jeśliby więc potraktować dystynkcję *bene* jako niezbywalną dla retoryki, należałoby wykluczyć z tekstów perswazyjnych wszystkie te, które nie były dobre moralnie (przekonywanie kierowane nieuczciwymi intencjami), które nie były dobre, gdyż brakowało w nich podniet estetycznych, i wreszcie nie były dobre, gdyż wadliwie je skomponowano, bo źle je wygłoszono, bo nie odniosły pożądanego skutku. Gdyby więc zgodzić się na takie wykluczenia, „retoryczne” byłyby jedynie dzieła „dobre” i „piękne”.

A co z mniej „dobrymi”, mniej „pięknymi” – czy byłyby mniej retoryczne? A co z „brzydkimi” i „złymi” – jak je należałoby analizować? Kto wreszcie miałby ów brak dobra stwierdzić? Według jakiej miary? Czy aby nie według retorycznej? Lepiej więc przyjąć, że kategoria *bene* nie jest kategorią demarkacyjną, normatywną, a raczej opisową i towarzyszącą innym cechom retoryczności, np. perswazyjności czy identyfikacji. Analogia do *belles lettres*, sztuk pięknych wydaje się w tym miejscu właściwa. Niemniej w dziejach retoryki *bene* pozostało dystynkcją, do której odnosiły się pokolenia i retorów, i badaczy ich spuścizny, dlatego pisząc o retoryce wartości, nie sposób nie wspomnieć o definicji rzymskiego teoretyka i praktyka tej sztuki, techniki i zarazem nauki efektywnej komunikacji.

W klasycznym ujęciu temat przewodni niniejszego tomu, a więc **retoryka i wartości**, odnosi się do badań z zakresu retoryki epideiktycznej

(celebracyjnej, popisowej, demonstratywnej). W trójpodziale genologicznym Arystotelesa *genus demonstrativum* obejmuje pochwałę i naganę. Między tymi dwoma gatunkami, aktami mowy, intencjami perswazyjnymi rysuje się obszar emocji, figur, argumentów, obrazów, sytuacji, których spoiwem są wartości. Stagiryta traktuje je w sposób bardziej instrumentalny – wartości mogą być pożądane i niepożądane, podlegać osądowi jako pozytywnie i negatywnie, sławione i krytykowane.

Taka też perspektywa właściwa jest rozważaniom zebranych w niniejszym tomie. Jego Autorzy zapraszają do refleksji nad tym, jak współcześnie wyrażane są wartości, czy w tej sferze dokonuje się zmiana aksjologiczna, jak obecnie przejawia się afirmacja i krytyka, a także jak ten obszar komunikacji perswazyjnej przedstawiał się w wiekach dawnych. Zachęcamy do zapoznania się z pomysłami Autorów na temat ich rozumienia wartości w retoryce, wartości retorycznych czy wartości widzianych z perspektywy retoryki. Są to badania zakorzenione w konkretnych tekstach, zjawiskach, dotyczące wybranych momentów historii. Są to też teksty zapraszające do polemiki, otwarte na dialog – na dialektyczne roztrząsanie racji i poszukiwanie prawdy. Podzielono je na trzy części odnoszące się do obszarów komunikacji i życia społecznego, w których retoryka ma żywe zastosowanie.

Zbiór tekstów poświęconych retoryce wartości w części ***Polityka i społeczeństwo*** otwiera esej Jakuba Z. Lichańskiego, w którym autor pisze o związkach między prawdą i retoryką jako najważniejszych relacjach w aksjologii tego obszaru, ilustrując swoje rozważania odwołaniami do tekstów kultury oraz przemówień politycznych prezydenta USA, Johna F. Kennedy'ego. W przedstawionych rozważaniach wartości są podłożem konstruowania retorycznego przekazu.

Wokół retoryki prezydenckiej zza oceanu koncentruje się tekst Rafała Kusia, który wziął na warsztat jedno z głośniejszych przemówień Ronalda Reagana, znane pod tytułem *Imperium Zła* (*Evil Empire*). Autor analizuje słynną mowę z perspektywy wartości, na których ufundowany został przekaz, a więc wartości republikańskich, chrześcijańskich i konserwatywnych. Analiza ma także dowiedzieć, że słuszne było przyznanie prezydentowi miana „Wielkiego Komunikatora”. Co znamienne z punktu widzenia historii oratorstwa, pojęcie „komunikator” wyparło znanego od wieków „retora” czy „oratora” właśnie. Do grona tzw. Wielkich Komunikatorów zaliczano także np. Billa Clintona.

Z kolei rodzimą retoryką prezydencką zajął się Kacper Andrychowski, porównując trzy orędzia inauguracyjne prezydentów Polski: Lecha Kaczyńskiego, Bronisława Komorowskiego i Andrzeja Dudy. W analizie wykorzystał koncepcję Katarzyny Kłosińskiej – dwóch typów dyskursu: etycznego

i pragmatycznego, by na przytoczonych przykładach wskazać, jak mówcy retorycznie wykorzystują takie wartości, jak wolność i wspólnota.

Użyteczność wspomnianej koncepcji potwierdza również **Adam Konopka**, który pisze o retoryce wartości, przyjmując lingwistyczną perspektywę w badaniach dyskursu. W korpusie znajdują się polskie teksty prasowe z lat 1956–1989, poświęcone nacechowanemu aksjologicznie tematowi regulacji urodzeń.

Wątek prezydencki i prasowy łączy się w rozważaniach **Mirosława Ryskiewicza**, który przedstawia retoryczną analizę biografii węgierskiego premiera Viktora Orbána, napisaną przez polskiego dziennikarza Igora Jankego. Jak wskazuje w swoim wywodzie Badacz, tekstowe i pozatekstowe uwarunkowania książki pt. *Napastnik. Opowieść o Viktorze Orbanie* sytuują ją w wymiarze epideiktycznym. Autor śledzi panegiryczne, a nawet „hagiograficzne” elementy przekazu biograficznego autorstwa Jankego, w którym postać przywódcy Węgier ujęta jest w figurę „napastnika” i nazywana również „władcą Orbani stanu” lub „Viktatorem”.

Magdalena Piechota podjęła temat identyfikacji wartości w felietonach Krzysztofa Vargi. Analiza tekstów jest jednocześnie analizą dyskursu liberalno-lewicowego, który dziennikarz „Gazety Wyborczej” („Dużego Formatu”) reprezentuje, i taką szerszą perspektywę w swych rozważaniach przyjmuje Autorka, odnosząc się do polaryzacji ideologicznej współczesnych mediów i ich odbiorców.

Ponownie na obszar badań amerykańskich przenosi Czytelników **Anna Bendrat**, która przybliży słabiej obecny w Polsce temat wieloetniczności. W tekście analizuje praktyki argumentacyjne, tropy i figury retoryczne wykorzystywane przez internautów na stronie internetowej *Race Card Project* (theracecardproject.com), by dowieść, że skuteczność porady dotyczącej problemów wynikających z funkcjonowania w społeczeństwie wielokulturowym wiąże się z typem etosu doradcy.

Kolejny dział, zatytułowany **Kultura i nauka**, otwiera esej **Anny Tryk-szy**, skoncentrowany wokół współczesnych realizacji *genus demonstrativum*, jakimi są laudacje wygłaszane z okazji przyznawania lubelskiej Nagrody Poetyckiej *Kamień*. Analizie przyświeca przede wszystkim myśl wyrażona przez Gorgiasza: *laudando augere vituperandoque rursus adfligere*. Autorka dowodzi, że wskazane przez sofistę powiększenie przez chwalenie następuje w przypadku badanych tekstów głównie w obszarze elokucyjnym, czyniąc z retorycznej mowy formę poetyckiego przekazu o poezji.

Badaczka literatury dawnej **Joanna Partyka** pokazuje, jak w XVII-wiecznym ikonograficznym kompendium Cesarego Ripy *Ikonologia* opisano i sportretowano „Jedność obywatelską” (*Unione Civile*). Dzieło włoskiego

humanisty, który wykorzystał figurę myśli z pogranicza literatury i sztuk plastycznych – alegorię – by przedstawić abstrakcyjne pojęcia, przez lata służyło jako źródło inwencyjne dla europejskich artystów i myślicieli. „Jedność obywatelska” jako wartość współcześnie szczególnie pożądana dzięki renesansowym antecedencom uzyskuje nowy wymiar znaczeniowy.

Na ponadczasowość zaleceń i wzorców humanistycznych sformułowanych w dziełach z kręgu literatury dawnej wskazuje również **Beata Gaj**, która rozważa problem wartości w retoryce, przywołując teksty jednego z bardziej znanych kaznodziejów barokowych, dominikanina Fabiana Birkowskiego. Jak konkluduje Badaczka, przedstawiane w *Mowach Akademickich* wartości, rozumiane jako cechy dobrego humanisty, studenta i naukowca, mają walor uniwersalny i mogą być odniesione do dzisiejszych wyobrażeń o społeczności akademików.

Na styku dawnej literatury i nauki pozostaje **Michał Czerenkiewicz**, uwrażliwiając Czytelnika na znaczenie dziedzictwa kulturowego, jakim są pochodzące z XVII wieku druki, wydane przez jedną z najważniejszych drukarni tamtego czasu na terenie Rzeczypospolitej, oficynę należącą do rodziny Schedlów. Autor poddaje analizie aksjologię literacką w tzw. preliminarzach i dedykacjach do wybranych łacińskich dysertacji i prac powstałych głównie w kręgu Akademii Krakowskiej. Cechą charakterystyczną tej retoryki jest przeplatanie się wartości transcendentnych, poznawczych i społecznych jako naturalne dla tamtego czasu uzupełnienie wywodu naukowego.

Retoryczny wizerunek współczesnej nauki przybliża zaś tekst **Anny Łach**, która przyjrzała się obrazowi naukowców, jaki wyłania się z analizy artykułów popularnonaukowych opublikowanych w tygodniku „Newsweek”. Wykorzystując metodę analizy zawartości, Autorka przebadła czasowniki nazywające działania podejmowane przez naukowców oraz okoliczniki opisujące sposób wykonywania tych czynności.

Tę część wieńczy praca **Agnieszki Budzyńskiej-Dacy**, w której Autorka dokonuje krytycznej analizy wybranej grupy gatunków, określonych mianem rywalizacyjnych, tj. debaty konkursowej, slamu poetyckiego i tzw. Three Minute Thesis (konkursu dla doktorantów w formie krótkich wystąpień), które mieszczą się w ramach rodzaju celebracyjnego *genus demonstrativum*.

Rozważania na temat zastosowania retoryki w obszarze współczesnych mediów i marketingu rozpoczyna tekst **Ewy Modrzejewskiej**, w którym Badaczka przedstawia autorską koncepcję typologii zwizualizowanej informacji. Ramami rozważań są kategorie: „zainteresowanie danymi” (perspektywa odbiorcy) i „stosunek do danych” (perspektywa nadawcy) oraz arystotelesowska triada logos – ethos – pathos i łączone z nią wartości.

W obszarze mediów pozostaje **Barbara Bogolębska**, pisząc o wartościach immanentnych gatunkom dziennikarskim. Na styku genologii retorycznej i prasowej Badaczka analizuje gatunki dziennikarskie przez pryzmat retorycznych wartości właściwych dla *genus demonstrativum*.

Z kolei **Sabina Dedetius** przeprowadziła jakościową analizę języka wybranych polskich mów inspirujących, które zostały wygłoszone w formule TEDex. Autorka skupia się na zjawisku potoczności jako dodatnio konotującej wartości, przyjmując perspektywę językową oraz retoryczną, w ramach której rozpatrywała przytaczane wypowiedzi m.in. w kontekście zasady *decorum* oraz wizerunku mówcy. Według Badaczki celowo użyta potoczność buduje pozytywny obraz mówcy, ułatwia zdobycie przychylności audytorium, uwiarygodnia przekaz i czyni go zrozumiałym oraz angażującym, a co za tym idzie, skutecznym w sferze argumentacyjnej.

Aksjologiczny wymiar praktyk komunikacyjnych w dyskursie marketingowym rozumianym jako jeden z najpotężniejszych dyskursów postmodernistycznych omawia **Magdalena Smoleń-Wawrzusiszyn**. Za przedmiot badawczy przyjęła kluczowe dla marketingu pojęcie marki, również w jej szczególnym rozumieniu jako marki osobistej, w kontekście której szczególnie istotne wydaje się retoryczne ujęcie podmiotowości. Według Badaczki afirmowanie marki jako kluczowej wartości skutkuje etycznie niebezpiecznym naruszeniem retorycznej zasady stosowności.

Tom zamyka analiza przekazów celebracyjnych autorstwa **Agnieszki Szurek**. Są to teksty niszowe, jeśli chodzi o zasięg i niezwykle różnorodne, jeśli chodzi o formę. Publikacje ukazują się z okazji jubileuszków, a tworzą je lokalne stowarzyszenia lub instytucje. Chwaląc wspólnotę i jej przedstawicieli, budują społecznie więzi.

Angażując badaczy z wielu ośrodków akademickich do współtworzenia niniejszego tomu, proponowaliśmy dyskusję na temat zmiany paradygmatów komunikacyjnych na przestrzeni dziejów, zmiany aksjologii i sposobów afirmowania i negowania wartości. Współautorzy książki, podejmując badania sfery wartości, potwierdzają, że wielość interpretacji tematu przewodniego zbioru stanowi dla współczesnej humanistyki istotną wartość.