

**PUNKT
WIDZENIA
W METAFORYCE
DZIENNIKARZY
SPORTOWYCH**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

RAFAŁ SIEKIERA

PUNKT WIDZENIA W METAFORYCE DZIENNIKARZY SPORTOWYCH

**MODELE METAFORYCZNE
I PRYZMATY KONCEPTUALNE**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

ŁÓDŹ 2014

Rafał Siekiera – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, 90-514 Łódź, al. Kościuszki 65

RECENZENT

Barbara Greszczuk

REDAKTOR WYDAWNICTWA UŁ

Ewa Siwińska

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

PROJEKT OKŁADKI

Barbara Grzejszczak

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2014

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.06492.14.0.D

ISBN (wersja drukowana) 978-83-7969-128-9
ISBN (ebook) 978-83-7969-285-9

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

*Cóż jest wart generał bez armii? Bez tej armii,
bez tych wspaniałych piłkarzy mnie by tu nie było.*

– Kazimierz Górski
podczas ceremonii odbioru
Krzyża Komandorskiego
Orderu Odrodzenia Polski

SPIS TREŚCI

Wykaz skrótów	9
Wprowadzenie	11
Rozdział 1. Rola punktu widzenia w procesie ludzkiego poznania	15
1.1. Konceptualizacja a postrzeganie wzrokowe	15
1.2. Spostrzeganie, interpretowanie, konceptualizacja, wyobrażenia	18
1.3. Charakterystyka kategorii punktu widzenia	24
1.4. Konwencjonalne i indywidualne punkty widzenia	31
1.5. Punkt widzenia a presupozycja	35
1.6. Komunikacja jako współzawodnictwo. Rywalizacja punktów widzenia	37
1.7. Zmiana punktów widzenia. Teoria empatii	40
1.8. Perswazyjne oddziaływanie za pomocą punktu widzenia	45
Podsumowanie	47
Rozdział 2. Punkt widzenia w metaforze	51
2.1. Zjawiska podobieństwa i profilowania	51
2.2. Podobieństwo a metafora. Asymetria podobieństwa	55
2.3. Metafora – różne ujęcia	59
2.4. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne	65
2.5. Metafora a punkt widzenia	68
Podsumowanie	70
Rozdział 3. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne w metaforze komentatorów sportowych	73
3.1. Charakterystyka sytuacji komunikacyjnej w mediach masowych	73
3.2. Charakterystyka materiału radiowo-telewizyjnego	77
3.3. Wyniki analizy materiału radiowo-telewizyjnego. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne w języku komentatorów sportowych	79
3.3.1. Modele metaforyczne w materiale radiowo-telewizyjnym	85
3.3.1.1. WOJNA	85
3.3.1.2. ROZRYWKA	93
3.3.1.3. BUDOWNICTWO	97
3.3.1.4. MOTORYZACJA	99
3.3.1.5. RELIGIA	100
3.3.1.6. GOSPODARKA	101
3.3.1.7. MECHANIKA	102
3.3.1.8. VARIA	102
Podsumowanie	105

Rozdział 4. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne w metaforze dziennikarzy prasowych	111
4.1. Wyniki analizy materiału prasowego. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne	111
4.1.1. Modele metaforyczne w materiale prasowym	115
4.1.1.1. WOJNA	115
4.1.1.2. ROZRYWKA	123
4.1.1.3. GOSPODARKA	127
4.1.1.4. HAZARD	131
4.1.1.5. BUDOWNICTWO	133
4.1.1.6. NAUKA	135
4.1.1.7. RELIGIA	137
4.1.1.8. MECHANIKA	139
4.1.1.9. MOTORYZACJA	141
4.1.1.10. ŻEGLUGA	142
4.1.1.11. VARIA	143
4. 2. Wnioski z analizy	149
Podsumowanie	153
Rozdział 5. Narzucanie punktu widzenia w świetle teorii empatii. Znaczniki iluzji	159
5.1. Znaczniki iluzji	159
5.2. Negacyjność metafory	161
5.3. Znaczniki iluzji a metafora. Analiza znaczników iluzji w języku dziennikarzy sportowych	163
5.4. Znaczniki iluzji a punkt widzenia	168
Podsumowanie	171
Rozdział 6. Wnioski końcowe	175
Bibliografia	183
Spis rysunków i tabel	187
Aneks: Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne w materiale prasowym	189
Indeks nazwisk	195

WYKAZ SKRÓTÓW

PS	– „Przegląd Sportowy”
ELM	– eliminacje Ligi Mistrzów
EMŚ	– eliminacje Mistrzostw Świata
IO	– Igrzyska Olimpijskie
LM	– Liga Mistrzów
ME	– Mistrzostwa Europy
MŚ	– Mistrzostwa Świata
PŚ	– Puchar Świata

WPROWADZENIE

Punkty widzenia są podstawą wszelkiej kreatywności i nieprzewidywalności. Gdyby nie one, język już dawno stałby się nudny. Dzięki nim nie da się stworzyć słownika doskonałego, oddającego wszystkie konotacje danego wyrazu. Nawet słownik korzystający z definicji kognitywnych¹ będzie oddawał jedynie czyjeś punkty widzenia, a zatem i interpretacje słów. Zbadanie wszystkich użytkowników języka (przerastające chyba możliwości wszelkich zespołów badawczych) nie pomogłoby, ponieważ zebrany materiał należy przeanalizować i pogrupować. Wymaga to spojrzenia jednego (lub kilku) badacza, a więc efekt ostateczny będzie wyrazem punktu widzenia jednej bądź kilku osób. Punkt widzenia nadaje kształt naszemu doświadczaniu świata.

Metaforykę uważam za jeden z ciekawszych obszarów, na których perspektywa postrzegania odciska swoje piętno. Celem niniejszego opracowania jest ukazanie, w jaki sposób w metaforach przejawia się punkt widzenia, będący śladem indywidualnych cech nadawcy bądź innego (gdy wypowiedź staje się wyrazem obcej wobec mówiącego/piszącego perspektywy) oraz nakreślenie na przykładzie metaforyki dziennikarzy sportowych, jak postrzeganie danej dziedziny życia (w tym przypadku – sportu), a więc conceptualizacja mentalna, daje o sobie znać w języku poprzez stosowanie odpowiednich przenośni.

Źródła materiału, który posłużył mi do analizy interesujących mnie zjawisk, dzielę na dwa korpusy – radiowo-telewizyjny oraz prasowy. Na pierwszy składają się nagrane i przetranskrybowane fragmenty komentarzy „na żywo” z wydarzeń sportowych, transmitowanych w radiu i telewizji od czerwca do października 2004 r. (są to głównie Mistrzostwa Europy w piłce nożnej i Igrzyska Olimpijskie odbywające się wówczas w Atenach). Drugi korpus stanowią przykłady zebrane z łamów „Przeglądu Sportowego” w 2007 r. Nie czyniłem rozróżnienia na poszczególne gatunki, czerpiąc materiał z różnych typów wypowiedzi dziennikarskich. „Przegląd Sportowy” wybrałem ze względu na jego zasięg, pozycję na rynku² oraz długą historię.

Do badań wykorzystałem metodę analizy lingwistycznej, funkcjonalnej, tematycznej oraz statystycznej zebranego materiału.

¹ Taki, ciekawy skądinąd, projekt realizowany jest obecnie na UMCS w Lublinie jako słownik etnolingwistyczny.

² W chwili powstawania książki zajmował 6. miejsce wśród najpopularniejszych dzienników ogólnopolskich (wyprowadzając m.in. „Dziennik Gazetę Prawną”). Źródło: raport *Czytelnictwo prasy*, www.wirtualnemedial.pl [16.12.2010].

Kluczowe dla badanych przeze mnie zjawisk są teorie: modeli metaforycznych według Jörge Zinkena oraz empatii i języka jako symulatora, opracowane przez Jarosława Płuciennika. Pierwsza z nich stała się podstawą klasyfikacji tematycznej metafor stosowanych przez dziennikarzy sportowych oraz źródłem inspiracji w kwestii analizy punktów widzenia zakodowanych w przenośniach. Druga zaś posłużyła do uzasadnienia koncepcji narzucania punktu widzenia przez nadawcę i przejmowania go przez odbiorcę oraz wskazania mechanizmów manipulacji perspektywą (znaczniki iluzji). Ponadto odwołuję się do psychologii poznawczej, różnorodnych definicji punktu widzenia, gramatyki kognitywnej (Ronalda Langackera), teorii metafory (m.in. George'a Lakoffa i Marka Johnsona, Maxa Blacka), zjawiska profilowania w języku (zwłaszcza w ujęciu Jerzego Bartmińskiego), teorii asymetrii relacji podobieństwa według Amosa Tversky'ego oraz teorii chiralności i zjawiska cienia conceptualnego (Andrzeja Kudry).

W rozdziale pierwszym skupiam się na wyznaczeniu podstaw dalszego postępowania badawczego. Powołując się na ustalenia psychologii poznawczej, wyszedłem od wykazania, że proces ludzkiej kognicji nie jest biernym rejestrowaniem danych zmysłowych i ma charakter aktywny oraz podmiotowy (a zatem postrzeganie łączę z konceptualizacją mentalną, której śladem jest konceptualizacja językowa, z czego wynika, że każda wypowiedź nacechowana jest punktem widzenia nadawcy, bez względu na to, czy wykorzystuje on tradycyjne, czy też niezwykle sposoby obrazowania).

Następnie dokonuję przeglądu definicji punktu widzenia, a więc kategorii szczególnie mnie interesującej. Taki układ treści ma na celu wskazanie miejsca punktu widzenia w procesie poznania i roli, jaką odgrywa on w nadawaniu znaczenia doświadczeniom człowieka. Kolejnym krokiem jest przedstawienie koncepcji narzucania perspektyw w komunikacji, zgodnie z którą odbiorca musi przyjąć (choć niekoniecznie zaakceptować) punkt widzenia nadawcy, by zrozumieć komunikat, co czyni go podatnym na perswazję. Komunikacja staje się tym samym rywalizacją perspektyw (przyjmuję ten pogląd za Jarosławem Płuciennikiem).

W rozdziale drugim przechodzę już do metafory jako szczególnego przypadku ujawniania się punktu widzenia w wypowiedzi. Wychodzę od ustalenia mechanizmów rządzących obrazowaniem poprzez metaforę, odwołując się do profilowania (w tym także profilowania podobieństwa), zjawiska podobieństwa jako podstawy wszelkich przenośni (w czym zajmuję stanowisko przeciwne wobec wczesnych prac George'a Lakoffa), a co za tym idzie – również asymetrii relacji podobieństwa, która sprawia, że metafory nie tylko są jednokierunkowe (nieodwracalne), ale także nacechowane perspektywą postrzegania, wynikającą z niejednakowej oceny podobieństwa dwóch obiektów przez nią zestawianych. Następnie wyznaczam dwa poziomy metafory, które interesowały mnie w analizie materiału. Pierwszym z nich są modele metaforyczne, zaproponowane przez Jörge Zinkena, bliskie pojęciom metaforycznym G. Lakoffa i M. Johnsona, a także ramom interpretacyjnym Waltera Onga. Drugi poziom stanowią słowa-źró-

dla metafor, które określam wprowadzonym przeze mnie terminem pryzmatów konceptualnych. Oba poziomy posłużyły mi do analizy zjawiska krzyżowania punktów widzenia w metaforach oraz wydobywania z metaforyki dziennikarzy sportowych zakodowanego w niej śladu postrzegania sportu. Wskazuję także dwie podstawowe według mnie opozycje perspektyw: konwencjonalny-osobisty punkt widzenia oraz kreator-obserwator³.

Rozdział trzeci rozpoczyna charakterystyka sytuacji komunikacyjnej w mediach. Jej specyfika sprawia, że teksty dziennikarskie są znakomitą źródłem materiału badawczego w kontekście metaforyki i narzucania punktów widzenia. Rozdział ten stał się też polem analizy i klasyfikacji korpusu radiowo-telewizyjnego, który traktuję jako swoisty poligon doświadczalny dla wybranej metody badań oraz jako źródło pożytecznych wniosków stanowiących materiał porównawczy dla analizy tekstów prasowych.

W rozdziale czwartym wykorzystuję metodę zaprezentowaną w części poprzedniej, by przeanalizować język dziennikarzy prasowych w poszukiwaniu zarówno zjawisk zaobserwowanych w rozdziale trzecim, jak i zupełnie nowych. Wszystkie spostrzeżenia mają związek z kwestią punktu widzenia i manipulowania nim. W obu rozdziałach analitycznych materiał dzielę tematycznie ze względu na poszczególne modele metaforyczne, reprezentowane przez znalezione przeze mnie pryzmaty konceptualne⁴. Taki układ umożliwia końcowe podsumowanie sposobów obrazowania sportu (wyłoniło ono ostatecznie obraz tej dziedziny zakodowany w metaforyce dziennikarzy sportowych).

Ostatni rozdział poświęciłem omówieniu zjawiska dystansowania się nadawców do stosowanych przez nich konceptualizacji (a zatem także i punktów widzenia). Jest ono osiąmane za pomocą opisywanych przez Jarosława Płuciennika w związku z teorią empatii znaczników iluzji, a więc środków językowych pozwalających na zaznaczenie obcości wypowiedzianych przez siebie słów. Wykorzystywanie znaczników iluzji przez dziennikarzy sportowych odniosłem bezpośrednio do metafor i zobrazowałem jego funkcje na odpowiednich przykładach z obu korpusów tekstów.

³ Opozycja ta jest zaczerpnięta od J. Zinkena. Kreator oznacza w niej punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat, natomiast obserwator – punkt widzenia obserwatora.

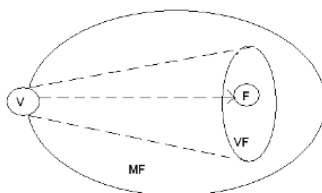
⁴ Spis modeli metaforycznych i przynależnych do nich pryzmatów, znalezionych w materiale prasowym, umieściłem w aneksie.

Rozdział 1

ROLA PUNKTU WIDZENIA W PROCESIE LUDZKIEGO POZNANIA

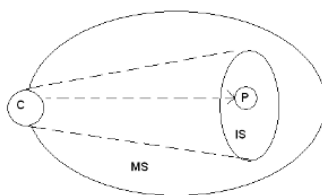
1.1. Konceptualizacja a postrzeganie wzrokowe

Punktem wyjścia do moich rozważań będzie koncepcja Ronalda Langackera, co do której on sam miał pewne wątpliwości, wskazująca na analogię między postrzeganiem wzrokowym a konceptualizacją językową [Langacker 1995: 65–90]. Stwierdzenie to oparte było na spostrzeżeniu, że poszczególne elementy procesu obrazowania sceny znajdują swoje odzwierciedlenie w zjawisku konceptualizacji (rys. 1 i 2).



Rysunek 1. Postrzeganie wzrokowe

Źródło: Langacker 1995.



Rysunek 2. Konceptualizacja językowa

Źródło: Langacker 1995.

Wzrokowe doświadczanie świata zakłada istnienie *obserwatora* (V), a więc podmiotu postrzegającego. Jego odpowiednikiem w konceptualizacji jest *konceptualizator*¹ (C), bez którego niemożliwe byłoby **rozumienie** (wynika to ze znaku równości, jaki R. Langacker stawia między **znaczeniem a procesem konceptualizacji**). Można przyjąć, że *obserwator* i *konceptualizator* to ta sama osoba – świat postrzegany wzrokowo natychmiast zostaje poddany procesowi konceptualizacji przez umysł podmiotu postrzegającego. *Maksymalne pole postrzegania* (MF), o którym wspomina R. Langacker w kontekście obrazowania sceny, jest niczym innym jak tymże światem postrzeganym wzrokowo. Poddany procesom konceptualnym, staje się on już *maksymalnym zakresem konceptualizacji* (MS). Obszar w konkretnym momencie, będący przedmiotem zainteresowania podmiotu postrzegającego w zależności od procesu, jaki analizujemy, możemy nazwać *ramą postrzegania* (VF) bądź *bezpośrednim zakresem konceptualizacji* (IS). Ześrodkowanie uwagi *obserwatora* następuje w *ognisku* (F), czyli przedmiocie postrzegania. Jego odpowiednikiem w konceptualizacji językowej jest *profil* (P).

Analogie, na które wskazał R. Langacker, wydają się bezdyskusyjne. Uważam, że, przynajmniej w pewnych sytuacjach, związek między procesami postrzegania i konceptualizacji jest bardziej bezpośredni niż tylko analogia. Jak wyżej stwierdziłem, *obserwator jest konceptualizatorem*, co więcej, **nie może nim nie być**. Nie powinno się oddzielać postrzegania od konceptualizowania – są to dwa nierozłączne elementy poznania. Postrzegamy świat, a postrzegając, rozumiemy go, co oznacza, że **musimy** na bieżąco dokonywać konceptualizacji² odbieranych sygnałów. By usiąść na krześle, muszę je zobaczyć i **rozpoznać** jako krzesło. Gdybym po prostu widział pewien obiekt, bez dokonania jego konceptualizacji w swym umyśle, nie wiedziałbym, że mogę na nim usiąść. W zasadzie nawet nie zdawałbym sobie sprawy z tego, że jest to przedmiot, ani nawet z tego, że go widzę. Rozpatrzmy teraz następujące zdanie:

Widzę krzesło.

Zakładam rzecz jasna, że zostaje ono wypowiedziane w sytuacji rzeczywistego postrzegania krzesła (w przeciwieństwie do sytuacji, w której ktoś nie widzi krzesła, jednak stwierdza, że je widzi – jest to oczywiście wykonalne). Nadawca, a więc autor tego zdania, **musi** być zarazem *obserwatorem* (zobaczył bowiem pewien obiekt) i *konceptualizatorem* (ponieważ rozpoznał obiekt jako przedmiot

¹ W niniejszym opracowaniu interesują mnie jedynie przypadki, gdy konceptualizatorem jest istota ludzka.

² Konceptualizację pojmuję więc jako proces, który obejmuje to, co Andrzej Kudra nazywa *semiozą* [por. Kudra 2013].

należący do klasy mebli, konkretnie jako krzesło, oraz rozpoznał sytuację³, w której się znalazł, czyli wie, że jest podmiotem postrzegania, który widzi krzesło).

Nierozzerwalność związku między postrzeganiem wzrokowym a konceptualizacją wiąże się nie tylko ze zdolnością do nazywania postrzeganych wzrokowo obiektów, lecz również dostrzegania podobieństw lub związków między nimi (stąd, jeśli nawet nie potrafimy nazwać jakiegoś przedmiotu, jesteśmy w stanie tylko patrzeć na niego, zgadywać, do czego może służyć – robimy to na podstawie odwołania do naszej wiedzy i doświadczeń, a czymże innym jest to, jeśli nie konceptualizacją widzianego przedmiotu?).

W tym miejscu należy podkreślić, że nie stawiam znaku równości między postrzeganiem wzrokowym a konceptualizacją. Nie są one jednym zjawiskiem i nie powinno się ich tak traktować. Uważam jedynie, że są to procesy przebiegające w zasadzie jednocześnie. Nie ma więc obserwacji bez konceptualizacji i nie ma *obserwatora bez konceptualizatora*.

Znaczenie samego terminu **konceptualizacja** jest kluczowe dla moich rozważań. Według Jeleny Kubriakowej konceptualizacja to „jeden z ważniejszych procesów właściwej człowiekowi działalności poznawczej, polegający na uświadomieniu przychodzącej do niego informacji i doprowadzeniu do tworzenia konceptów, struktur konceptualnych i całego systemu konceptualnego w mózgu, w ludzkiej psychice” [cyt. za: Waszakowa 2004: 197]. Konceptualizacja dotyczy zatem danych dostarczanych do umysłu głównie przez zmysły, a więc jest zjawiskiem (procesem) nierozzerwalnie związanym z obserwacją (ogólnie zmysłową, nie zaś tylko wzrokową).

Według R. Langackera *konceptualizator (podmiot postrzegania)* ujmuje w kategoriach pojęciowych dany fragment rzeczywistości. Może nim być zarówno nadawca, jak i odbiorca (konceptualizacja wiąże się bowiem również z rozumieniem znaczeń komunikatów nadawcy) [Langacker 1995: 67]. Konceptualizator wykorzystuje przede wszystkim trzy zdolności poznawcze człowieka:

- umiejętność porównywania zjawisk i wynajdywania ich podobieństw oraz różnic;
- zdolność do abstrahowania, kategoryzowania (ujmowania sytuacji na różnych poziomach uszczegółowienia);
- umiejętność wykorzystywania różnych środków do obrazowania danej sytuacji.

³ *Obserwator/konceptualizator musi* wiedzieć, że widzi krzesło, by móc skonstruować omawiane wypowiedzenie (inaczej byłby w stanie jedynie powiedzieć „krzesło”). Nie zmienia to jednak faktu, że obserwacja i konceptualizacja są procesami odbywającymi się bez udziału świadomości podmiotu postrzegającego. Oznacza to, że nie musi on wiedzieć, że jest *konceptualizatorem*, by być nim. Przyjęcie przeciwnego twierdzenia prowadziłoby do wniosku, że *konceptualizatorami* są jedynie uczeni zainteresowani badaniem procesu ludzkiego poznania (przeciętny człowiek nie wie bowiem nic o konceptualizacji).

Istotne jest, że R. Langacker utożsamia konceptualizację ze znaczeniem. Według amerykańskiego językoznawcy znaczenie wyrażenia językowego to konceptualizacja, a uczestnicy aktu mowy konceptualizują sytuację, w której jest on realizowany (wynika to z postrzegania sytuacji przez nadawcę i odbiorcę) [Langacker 2005: 29]. Łączenie przez kognitywistów⁴ konceptualizacji z postrzeganiem i nadawaniem znaczenia naszym doświadczeniom potwierdza słuszność założenia o więzi łączącej postrzeganie z konceptualizacją.

Znamienne dla tej koncepcji są także słowa Wilhelma von Humboldta, według którego „język nawet w swych początkach jest na wskroś ludzki i rozciąga się bezwiednie na wszystkie przedmioty przypadkowego postrzeżenia zmysłowego i wewnętrznego opracowania” [Humboldt 2001: 106]. Niemiecki myśliciel, którego rozważania filozoficzne na temat języka zainspirowały kognitywistów, wyraźnie sugeruje, że to, co „przypadkowo” postrzeżone, zostaje wewnętrznie opracowane przez podmiot postrzegania. Istotną rolę w tym procesie odgrywa język, bez którego owo „wewnętrzne opracowanie” byłoby niemożliwe. Widać to jeszcze wyraźniej w dalszym fragmencie rozważań W. von Humboldta, w którym opisuje on znaczenie języka dla poznania świata:

Wszelako język nie tylko przeszczepia z przyrody do duszy nieokreśloną ilość elementów substancjalnych, lecz dostarcza jej również tego, co z całości przejawia się nam jako forma. Natura rozpościera przed nami barwną różnorodność, obfitującą w kształty wywołujące wszystkie wrażenia zmysłowe i opromienioną rozświetloną jasnością. Nasza refleksja odkrywa w niej prawidłowość odpowiadającą formie naszego umysłu [Humboldt 2001: 107].

Owo narzucanie naturze przez umysł prawidłowości jest niczym innym jak właśnie konceptualizacją. Również W. von Humboldt wiąże ją więc z postrzeganiem. Warto odwołać się także do psychologii kognitywnej, by nakreślić choćby orientacyjny zarys przebiegu ludzkiego procesu poznania.

1.2. Spostrzeganie, interpretowanie, konceptualizacja, wyobrażenia

Według ustaleń psychologii poznawczej procesy poznawcze człowieka mają aktywny charakter, opierają się nie tylko na samym spostrzeganiu⁵, ale również na tworzeniu przez jednostkę reprezentacji informacji dostarczanych przez zmysły

⁴ Z kolei w ujęciu komunikatywistycznym (Aleksy Awdiejew) proces poznawczy człowieka można podzielić na dwie czynności, z których jedna ma charakter pierwotny, nieuświadomiony, a druga jest całkowicie wtórna. Są to, odpowiednio, doświadczenia percepcyjne i konceptualizacje, które odbywają się świadomie, wykorzystując pierwotne wyobrażenia wynikające ze wspomnianych wyżej doświadczeń.

⁵ Terminu „spostrzeganie” (bardziej popularnego w psychologii poznawczej) będę w niniejszej pracy używał wymiennie ze słowem „postrzeganie”. Wynika to z przyjętego przeze mnie założenia o nierozłączności percepcji zmysłowej i operacji mentalnych.

(przy czym przetwarzanie informacji może odbywać się nieświadomie⁶). Współcześnie dużą popularnością cieszy się założenie, że poznanie polega na konstruowaniu przez człowieka obrazu świata z elementów, którymi są informacje pochodzące ze zmysłów, z własnej aktywności oraz z pamięci.

Wpływ wyższych pięter układu nerwowego człowieka na jego procesy poznawcze wyraża tzw. **zasada top-down**⁷, według której nie odbieramy mechanicznie wszystkich bodźców z zewnątrz (zewnątrz w stosunku do nas samych) – już na pierwszym etapie spostrzegania dokonywana jest selekcja, której podejmuje się nasz mózg. To on decyduje, które bodźce zostaną ostatecznie spostrzeżone, oceniając ich przydatność. Według Ernsta Pöppela i Anny Edingshaus ocena bodźców docierających z naszego otoczenia powstaje, jeszcze zanim nastąpi reakcja organizmu. Jest to konieczne, aby mózg mógł wybierać tylko bodźce istotne w danym momencie. Świadczy to o aktywnym charakterze percepcji i możliwości tworzenia własnego obrazu świata [za: Zawisławska 2004: 13].

Klasyczna psychologia wykształciła dwa główne podejścia do wyjaśnienia zjawiska spostrzegania obiektów. Pierwszym z nich była **teoria asocjacionistyczna**, według której spostrzeżenia są efektem łączenia w całości dostarczanych przez zmysły wrażeń (przy czym wrażenia w psychologii odpowiadają poszczególnym cechom obiektu). Zgodnie z tą teorią człowiek spostrzega najpierw cechy danego elementu rzeczywistości, a dopiero potem łączy je i rozpoznaje jako całość, co umożliwia prawa kojarzenia (zaproponowane już przez Arystotelesa). Kojarzymy zaś wrażenia ze względu na ich styczność w czasie (widać to najlepiej w przypadku muzyki; według zwolenników podejścia asocjacionistycznego jest to najważniejsze prawo kojarzenia), ze względu na styczność w przestrzeni (na przykład współwystępowanie określonych liczb boków i kątów w figurach geometrycznych), podobieństwo i kontrast (odnajdywanie cech wspólnych i różnic poszczególnych elementów). Powtarzalność współwystępowania wrażeń sprawia, że powstają trwałe skojarzenia, dzięki którym rozpoznajemy obiekty.

Krytyka tej teorii opierała się na wskazywaniu licznych problemów, które rodziła – m.in. trudności w określeniu pełnej listy cech obiektu, które trzeba połączyć, by go rozpoznać, lub kwestii rozpoznawania obiektów mimo nieobecności pewnych cech (na przykład przyjęcie podejścia asocjacionistycznego w konsekwencji prowadziłoby do uznania, że człowiek nie powinien być w stanie rozpoznać strusia jako ptaka, ponieważ nie ma on wszystkich cech ptaka).

⁶ Już sam proces spostrzegania wymaga dokonywania pewnych operacji, które mogą wpływać na jakość poznania – zgodnie z propozycjami teorii informacji pomiędzy poszczególnymi elementami układu nerwowego następuje proces komunikacji. Narząd zmysłowy koduje bodźce zewnętrzne, przesyła je przez kanał percepcyjny do wyższych części układu nerwowego, które z kolei dekodują komunikat i odtwarzają pierwotną informację (nie jest więc tak, że mózg otrzymuje dokładnie takie same informacje jak narządy zmysłów) [za: Maruszewski 1996].

⁷ Jej przeciwieństwem jest zasada *bottom-up*, zgodnie z którą poznaniem sterują bodźce odbierane przez nas w sposób bierny.

Odwrotną koncepcję spostrzegania zrodziła tak zwana **postaciowa teoria spostrzegania** (wywodząca się bezpośrednio z psychologii postaci). Zgodnie z jej założeniami spostrzeżenie obiektu poprzedza wyodrębnienie poszczególnych wrażeń. Wynika stąd, że wrażenia są wynikiem analizy spostrzeżeń – najpierw musimy rozpoznać obiekt, a dopiero potem możemy wskazywać jego poszczególne cechy. Wynikało to z powziętego przez postaciowców przekonania, że całość jest ważniejsza od części i nie da się jej sprowadzić do samego ich połączenia, jest czymś więcej. Ponadto nie można twierdzić, że doświadczenie w odbiorze wrażeń sprawia, że rozpoznajemy obiekty (do tego zaś prowadziło założenie asocjacionistów dotyczące powtarzalności współwystępowania elementów), ponieważ wskazywanie wrażeń wymaga wysiłku i nie zawsze jest możliwe. Eksperymenty przeprowadzane przez postaciowców dowiodły, że doświadczenie w spostrzeganiu konkretnych połączeń elementów nie wystarczy, by układać je w całość. Zwolennicy postaciowej teorii spostrzegania uważali, że bardzo ważne dla spostrzegania jest odpowiednie nastawienie podmiotu (oczekiwania człowieka wpływają na to, co ostatecznie spostrzega). Przeszłe doświadczenia uznawali za czynnik drugoplanowy, choć nie odmawiali im pewnej roli w spostrzeganiu.

Ważnym osiągnięciem postaciowców było udowodnienie istnienia w polu percepcyjnym podziału na figurę i tło. Ich rozpoznawanie jest niezależne od doświadczenia (dowodziły tego testy z udziałem ludzi poddanych zabiegowi usunięcia wrodzonej katarakty), ponadto są one w dużym stopniu wymienne – tło może stawać się figurą i odwrotnie. To ustalenie jest niezwykle ważne, ponieważ wskazuje, że spostrzeganie zależy od **interpretacji**.

W późniejszym okresie postaciowa teoria spostrzegania była krytykowana głównie za błędne przyjmowanie, że w mózgu powstają obrazy obiektów o kształtach dokładnie takich samych jak owe obiekty (odrzucała więc kodowanie informacji dostarczanych przez narządy zmysłów).

Współczesna psychologia poznawcza przyjmuje, że spostrzeganie jest procesem trwającym przez określony czas, a rolę odgrywa w nim tzw. **pamięć sensoryczna**. Przechowuje ona bodźce w narządach zmysłów do momentu, kiedy powstanie spostrzeżenie. Bardzo ważne jest jednak, że już na tym etapie pewne elementy bodźca zostają odfiltrowane (dzięki temu możemy na przykład widzieć obiekty mimo zakłóceń). Oznacza to, że podczas przechowywania informacji w pamięci sensorycznej następuje wyodrębnienie cech spostrzeganego obiektu (proces ten jest ważny, ponieważ pozwala człowiekowi „sprawdzać” występowanie określonych cech w danej konfiguracji). Samo wyodrębnianie jest możliwe dzięki tzw. **detektorom cech**, czyli zespołom komórek wyspecjalizowanych w odbieraniu konkretnych właściwości obiektów⁸.

⁸ Badania przeprowadzone m.in. przez B.W. White’a i F.A. Saundersa dowiodły, że człowiek mógłby poradzić sobie bez detektorów cech, jednak znacznie ułatwiają one i przyspieszają spostrzeganie [por. Mauszewski 1996: 35].

Wykrywanie cech w nierozzerwalny sposób związane jest z ruchami oczu, zwanymi **ruchami sakkadowymi**. Obejmują one stopniowo obszar odpowiadający mniej więcej konturowi obserwowanego obiektu. Wiąże się to z ograniczeniami pola widzenia – ludzki wzrok skupia się na konkretnym punkcie, który w tym momencie znajduje się w tzw. **polu najostrzejszego widzenia**. Po pewnym czasie w wyniku habituacji, czyli obniżenia wrażliwości układu nerwowego pod wpływem jednostajnego bodźca, spostrzegany obraz zanika. Jest to bodźcem do przeniesienia wzroku na kolejny punkt, potem następny itd. W momencie przenoszenia wzroku następuje przerwa w dostawie informacji, podczas której układ nerwowy przetwarza poprzednio otrzymane dane.

Bardzo ważne jest, że ruchy sakkadowe nie następują chaotycznie. Współczesna psychologia poznawcza uważa, że są one kierowane oczekiwaniami człowieka. Te z kolei wynikają z jego doświadczeń, a więc dane dostarczane przez zmysły porównywane są z danymi pamięciowymi. Jerome Bruner zauważył, że układ nerwowy człowieka od razu szuka dla przyjmowanych danych sensorycznych kategorii, do których mógłby je zaliczyć⁹. Na tym opiera się rozpoznawanie poszczególnych obiektów, będące podstawą procesu spostrzegania. Bez tej czynności moglibyśmy jedynie spostrzegać wiele elementów, ale nie mając możliwości rozpoznania ich jako całości.

Innym niesłychanie ważnym zjawiskiem jest tzw. **gotowość percepcyjna**. Jej istnienie dowodzi, że proces spostrzegania nie jest obiektywny i niezależny od podmiotu. Czynniki, które mogą wpływać na zastosowanie danej kategorii pamięciowej do konkretnych danych sensorycznych, psychologia dzieli na zewnętrzne wobec podmiotu i wewnętrzne w stosunku do niego. Na potrzeby rozważań o dynamice procesu poznania istotne są przede wszystkim czynniki wewnętrzne, czyli monopol (liczba kategorii, którymi człowiek dysponuje), integracja poznawcza systemu kategorii (a więc powiązania między poszczególnymi kategoriami) oraz motywacja podmiotu – większą gotowością percepcyjną cechują się kategorie związane z aktualnymi celami¹⁰ człowieka. Z tego założenia wynika, że nasze cele warunkują spostrzeganie – do pewnego stopnia widzimy to, co w danym momencie **chcemy** widzieć

⁹ Bruner pomijał dane bez znaczenia, pochodzące ze spostrzegania sensomotorycznego, uznając, że takie spostrzeganie bez analizy dotyczy tylko dzieci (nieznających otaczającego je świata) i dorosłych z upośledzonymi funkcjami centralnego układu nerwowego [za: Maruszewski 1996: 41].

¹⁰ Uzależnienie kategorii, którymi dysponuje podmiot poznania, od jego aktualnych celów zgadza się z twierdzeniem Eleanor Rosch na temat kategoryzacji: „jednym z celów dokonywanej przez kogoś kategoryzacji jest ograniczenie nieskończonej liczby różnic pomiędzy bodźcami do behawioralnie i poznawczo użytecznej wielkości. Nieodróżnianie jednego bodźca od drugiego okazuje się korzystne dla organizmu w sytuacji, w której to zróżnicowanie nie jest istotne dla osiągnięcia danego celu” [Rosch 2007: 411].

lub spodziewamy się zobaczyć¹¹. Nasza gotowość percepcyjna wpływa na spostrzeganie, z kolei zaś dane pochodzące ze zmysłów wpływają na samą gotowość percepcyjną, ponieważ mogą zmieniać kategorie, którymi człowiek dysponuje (w tym również tworzyć nowe)¹².

Na połączenie spostrzegania (choć ograniczonego w cytowanej poniżej pracy do percepcji wzrokowej) z pewnymi operacjami mentalnymi wskazuje, za Janem Młodkowskim, również Magdalena Zawisławska, stwierdzając, że

w wyniku percepcji wzrokowej człowiekowi dana jest nie tyle sytuacja obiektywna, ale raczej jej subiektywny obraz będący rezultatem pewnych procesów kognitywnych. Na tworzenie obrazu sytuacji ma między innymi wpływ nasze doświadczenie, czyli wiedza i oceny powstałe w podobnych okolicznościach. Te indywidualne skojarzenia uzupełniają lub modyfikują obraz uformowany pod wpływem bodźców świetlnych [Zawisławska 2004: 12].

Tezy o subiektywnym charakterze poznania sugerują, jaką rolę mogą odgrywać indywidualne uwarunkowania w formowaniu obrazu świata jednostki. Dochodzą one do głosu dzięki połączeniu aktywności narządów zmysłowych i operacji mentalnych.

Analizując miejsce spostrzegania wśród procesów kierujących zachowaniem, Tomasz Maruszewski stwierdza, że

punktem wyjścia procesu spostrzegania jest konfrontacja danych sensorycznych z informacjami pamięciowymi. W procesie tym sprawdza się, w jakim stopniu docierająca do człowieka stymulacja sensoryczna pasuje do posiadanych kategorii pamięciowych. [...] Efektem tej konfrontacji jest rozpoznanie przedmiotu. Może temu towarzyszyć nazwanie tego przedmiotu, jeśli człowiek dysponuje odpowiednią ilością czasu. Procesy motywacyjne mogą wpływać na to, co się rozpoznaje, poprzez regulację dostępności kategorii – za pośrednictwem gotowości lub obronności percepcyjnej. Użycie pewnych kategorii może być utrudnione lub ułatwione ze względu na to, że spostrzegane przedmioty mają dla jednostki pewną wartość lub też stanowią jakieś zagrożenie [Maruszewski 1996: 62].

Z powyższych słów wynika, że nie można oddzielać spostrzegania, a więc *obserwacji*, od interpretowania, czyli *konceptualizacji*. Psychologia poznawcza dostarcza wielu dowodów na potwierdzenie tej tezy, wskazując, że już sama psychofizjologia spostrzegania (dotyczy to wszystkich zmysłów) uniemożliwia czysty odbiór informacji, bez nadania im znaczenia. Jest to potwierdzenie ważnego założenia o nierozłączności poznania i konceptualizacji (właściwie konceptualizacja jest częścią poznania, a więc nie powinno się jej traktować jako zupełnie odrębnego zjawiska). Ważnym elementem tej koncepcji jest współpraca między zmysłami a umysłem (w psychologii poznawczej reprezentowanym przez układ nerwowy). Nie można

¹¹ Zgadza się to z ujęciem procesu spostrzegania przez Ulricha Neissera, według którego „to, co ludzie widzą, zależy od tego, co antycypują, od przeprowadzanych eksploracji percepcyjnych oraz od informacji, które są im dostępne” [za: Maruszewski 1996: 49].

¹² Oczywiście kategoryzacja zależna jest także od kultury, w której funkcjonuje podmiot postrzegania.

więc przyjąć, że zmysły po prostu dostarczają danych, a dalszy przebieg poznania odbywa się poza nimi – interpretacja informacji zmysłowych (zaczynająca się już w trakcie „przekładu” sygnałów z „języka” narządów zmysłów na „język” wyższych partii układu nerwowego) zmienia kategorie, którymi dysponuje podmiot poznania, wpływa na dane pamięciowe, a te z kolei, pod postacią gotowości percepcyjnej, do pewnego stopnia determinują działanie narządów zmysłowych. Poznanie jest więc procesem zataczającym w pewnym sensie krąg, a poszczególne jego etapy i elementy wzajemnie na siebie oddziałują, decydując o naszym funkcjonowaniu w świecie¹³.

Ważnym elementem zdolności poznawczych jest, niedoceniana przez wiele lat, **wyobraźnia**. Abstrahując od toczącego się od dawna sporu o charakter wyobraźni (sprowadzającego się do rozstrzygnięcia, czy jest on twórczy, czy też odtwórczy) oraz od licznych koncepcji definicyjnych, można przyjąć najogólniej, że wyobraźnia to zdolność (choć według niektórych – proces) do manipulowania obrazami psychicznymi obiektów, które w danym momencie nie znajdują się w zasięgu spostrzegania podmiotu (dopuszcza się tu także obiekty nieistniejące) [por. Dobrołowicz 2006: 37]. Takie rozumienie wyobraźni sprawia, że staje się ona niezwykle istotna zarówno dla samego spostrzegania (m.in. umożliwia przechowywanie informacji o trójwymiarowości obiektów, dzięki czemu na przykład wiemy, że człowiek stojący tyłem do nas to ta sama osoba, którą chwilę wcześniej widzieliśmy *en face*), jak i dla pamięci (dzięki istnieniu tzw. **podwójnego kodowania** – lepiej zapamiętywane są informacje przechowywane w dwóch różnych kodach, a wyobraźnia umożliwia powstawanie zarówno reprezentacji językowych, jak i obrazowych)¹⁴.

¹³ O wpływie spostrzegania na działania człowieka świadczy m.in. zjawisko tzw. **uczenia się percepcyjnego**, o którym T. Maruszewski pisze: „to uczenie się prawidłowego spostrzegania występuje przede wszystkim w okresie dzieciństwa. Wtedy właśnie jednostka przyswaja sobie podstawowe kategorie percepcyjne, uczy się korzystać z informacji dotyczących fizycznych właściwości przedmiotów, a także z informacji dotyczących ich funkcji. Nie zawsze te dwie grupy danych są ściśle ze sobą związane – przedmioty podobnie wyglądające mogą pełnić nieco inne funkcje. Przykładowo, istnieje duże podobieństwo fizyczne między rakieta tenisową a trzepaczką, natomiast ich funkcje są nieco inne. W pewnych przypadkach rakietę może zastąpić trzepaczkę [...], natomiast wykorzystywanie trzepaczki do gry w tenisa nie jest możliwe. Przedstawione uwagi wskazują wyraźnie, że bez procesu spostrzegania nie można wyobrazić sobie procesu sterowania zachowaniem. Jest rzeczą charakterystyczną, że spostrzeganie nie tylko dostarcza »pokarmu« dla tych procesów sterujących, lecz także pełni ważne funkcje kontrolne; bez niego nie jest również możliwe modyfikowanie zachowania i nabywanie doświadczeń” [Maruszewski 1996: 63]. Ludwig Wittgenstein w *Dociekaniach filozoficznych* zakładał możliwość odmiennego postrzegania tego samego obiektu (wiązało to również z późniejszym działaniem podmiotu i wykorzystywaniem tegoż obiektu): „jest oczywiście coś takiego, jak widzenie czegoś *tak* i *inaczej*, i są też przypadki, w których ten, kto jakiś wzór *tak* widzi, będzie się nim posługiwał na ogół w *ten* sposób, a kto go widzi *inaczej* – w inny. Kto widzi np. schematyczny rysunek sześcianu jako figurę płaską złożoną z kwadratu i dwu rombów, ten być może *inaczej* wykona polecenie: »Przynieś mi coś takiego!«, niż ten, kto go widzi przestrzennie” [Wittgenstein 2000: 55].

¹⁴ O wpływie wyobrażeń na pamięć por. Maruszewski 1996: 88–90.

Dla językoznawców kognitywnych wyobraźnia ma kapitalne znaczenie w procesie rozumienia. Według Krzysztofa Korzyka w koncepcji kognitywistycznej

język jest traktowany jako rozległe **continuum symboliczne**, uformowane przez konwencjonalne jednostki „nasycone” różnorodną informacją [...]. „Konceptualne” czy „ideacyjne” ujęcie znaczenia, uwzględniające procesy kognitywne (skaning, ogniskowanie i dostosowywanie uwagi, zmiany punktów widzenia, nakładanie (się) schematów interpretacyjnych i obrazów, operowanie zmienną perspektywą etc.) akcentuje jego „subiektywną” naturę, stawia w centrum uwagi aktywność interpretacyjną umysłu, „opracowującego” sytuację komunikacyjną i konstruującego jej konceptualną reprezentację, zgodnie z wymogami konwencji i standardów. Ogromną rolę odgrywają tu czynniki i procesy „imaginatywne”; Langacker określa je terminem „imagery”, odwołując się do właściwej człowiekowi zdolności do interpretowania zjawisk na wiele możliwych, alternatywnych sposobów oraz do stosowania rozmaitych środków językowej ekspresji, w zależności od charakteru tej ostatniej, jej nacechowania stylistycznego, celów, jakim jest podporządkowana etc. [cyt. za: Libura 2000: 24–25].

Agnieszka Libura wskazuje, że bez wyobraźni nie byłyby w ogóle możliwe operacje mentalne prowadzące do powstawania metafor, metonimii (i innych postaci myślenia figuratywnego) oraz nie istniałyby schematy wyobrażeniowe. Zdaniem Libury akceptacja założenia o działaniu wyobraźni w procesie percepcji i myślenia jest konieczna, by możliwe było przyjęcie twierdzeń lingwistyki kognitywnej [por. Libura 2000: 27]. Wyobraźnia jest więc sposobem wykorzystania wiedzy pochodzącej z poznania. Wiedza ta nie przynosiłaby jednak żadnego pożytku, gdyby nie można było jej w jakiś sposób porządkować i upraszczać. Jak wyżej wspomniałem, dane zmysłowe natychmiast zaliczane są do konkretnych kategorii, co wiąże się z koniecznością ich interpretacji. Być może trwałaby ona zbyt długo, by człowiek mógł normalnie funkcjonować, gdyby wiedza nie była ujęta w pewne uogólniające ramy.

1.3. Charakterystyka kategorii punktu widzenia

Według teorii schematów cała nasza wiedza zakodowana jest w zespole **schematów**, które porządkują ją i ułatwiają jej stosowanie. Za Davidem Rumelhartem można przyjąć, że

schemat jest to struktura danych reprezentujących ogólne, czyli „rodzajowe” (*generic*) pojęcia zmagazynowane w pamięci. Istnieją schematy reprezentujące naszą wiedzę o wszystkich pojęciach: tych, które odnoszą się do przedmiotów, sytuacji, zdarzeń, sekwencji zdarzeń, działań i sekwencji działań. Częścią specyfikacji schematu jest sieć wzajemnych powiązań, którą uważa się za normalnie obowiązującą między składnikami danego pojęcia [Rumelhart 2007: 432].

Istotą tej koncepcji jest przyjęcie, że każdy schemat ma **zmiennie**, które mogą zostać w danej sytuacji niemal dowolnie wypełnione. Niemal, ponieważ istnieją pewne **ograniczenia zmiennych**, będące wiedzą o ich typowych wartościach

– na przykład w schemacie zdarzenia *kupowanie* zawarte są zmienne: *kupujący, sprzedający, towar, pieniądze* – mogą one być różnie konkretyzowane, ale wiedza skojarzona z tymi zmiennymi mówi nam, że normalnie *kupujący i sprzedający* to ludzie, a chociażby *pieniądze* to zwykle pieniądze. Zatem każdą konkretyzację schematu zestawiamy z naszą wiedzą o prototypowym przypadku danego zdarzenia.

Na kształt schematów i wiedzę o ograniczeniach zmiennych wpływają nasze doświadczenia związane ze stosowaniem schematów (takie zmiany w schematach D. Rumelhart nazywa **dostrajaniem**):

kiedy tylko stykamy się z przypadkiem, w którym stwierdzamy, że pewien schemat stanowi adekwatne odzwierciedlenie danej sytuacji, możemy zmodyfikować ograniczenia zmiennych i wartości standardowe w kierunku zgodnym z bieżącym doświadczeniem. [...] Zauważmy jednak, że ten rodzaj dostrajania wystąpi tylko wówczas, gdy schemat zostanie uznany za adekwatne odzwierciedlenie danej sytuacji [Rumelhart 2007: 450].

Możliwe jest zatem dokonywanie zmian w schematach pod wpływem indywidualnych doświadczeń danej jednostki. Jest to bardzo ważna konstatacja, ponieważ wskazuje ona moment, w którym schematy wiedzy poszczególnych ludzi mogą zacząć się od siebie różnić (jak wskazałem wyżej, gotowość percepcyjna jednostki wiąże się zarówno z jej indywidualnymi uwarunkowaniami, jak chociażby aktualne cele, jak i z kulturą, w której funkcjonuje podmiot postrzegania – koncepcja D. Rumelharta dawałaby przewagę doświadczeniom jednostki).

Możliwość dostrajania schematów zbliża je do zagadnienia subiektywności ludzkiego poznania. Według D. Rumelharta

być może główną funkcją schematów jest skonstruowanie interpretacji jakiegoś zdarzenia, obiektu lub sytuacji – to znaczy proces rozumienia. W związku z tym użyteczne będzie myśleć o schemacie jako o czymś w rodzaju nieformalnej, prywatnej, niewyartykułowanej teorii na temat natury zdarzeń, przedmiotów czy sytuacji, z którymi się stykamy. Całkowity zbiór schematów służących każdemu z nas do interpretacji naszego świata w pewnym sensie tworzy naszą prywatną teorię natury rzeczywistości. Całkowity zbiór schematów skonkretyzowanych w danym momencie tworzy nasz wewnętrzny model sytuacji, z którą w tej chwili mamy do czynienia, a w przypadku czytania tekstu stanowi model sytuacji przedstawionej przez ów tekst [Rumelhart 2007: 435].

Powyższe słowa są najlepszym wyrazem przekonania o podmiotowości schematów wiedzy. Są one zależne od doświadczeń, zarówno pod względem samej konstrukcji (wpływ dotychczasowych przeżyć na ograniczenia zmiennych), jak i jej wypełnienia w konkretnych sytuacjach¹⁵.

¹⁵ Na podmiotowość wiedzy wskazuje również Agnieszka Libura, według której „założenie, iż relacja między znakiem językowym a rzeczywistością jest »obiektywna«, zewnętrzna wobec poznającego podmiotu, odbiega od poglądu, ku któremu skłania się współczesna psychologia. Twierdzi ona, iż cała ludzka wiedza, z wszystkimi jej wewnętrznymi znakowo-symbolicznymi strukturami – za których pośrednictwem człowiek odzwierciedla prawidłowości poznawane w obrębie obiek-

W momencie, gdy dany schemat zostaje wybrany do interpretacji zdarzenia i wypełniony konkretnymi informacjami, być może najdokładniej widać wpływ **punktu widzenia** na tworzenie obrazu świata jednostki.

Kategoria punktu widzenia ma wiele opracowań, a, co za tym idzie, również wiele definicji. Nawet słowniki różnie ją ujmują. Według *Słownika języka polskiego* pod redakcją M. Szymczaka punkt widzenia to „stanowisko (np. filozoficzne, przyrodnicze), z którego rozpatruje się daną sprawę” [*Słownik języka polskiego* 1979: 1079]. Niemal identyczną definicję podaje się w *Słowniku języka polskiego* pod redakcją W. Doroszewskiego: „stanowisko, z którego ktoś rozpatruje daną sprawę, rzecz” [*Słownik języka polskiego* 1965: 729]. Tak samo jest w przypadku objaśnienia widniejącego w *Uniwersalnym słowniku języka polskiego*, zgodnie z którym punkt widzenia to „stanowisko, opinia, poglądy w jakiejś sprawie, kwestii” [*Uniwersalny słownik języka polskiego* 2003: 1167]. Podobnie (choć obszerniej) definiuje się to hasło w *Innym słowniku języka polskiego*: „Czyż **punkt widzenia** to sposób, w jaki ta osoba widzi różne sprawy i ocenia je. [...] Jeśli rozważamy lub omawiamy coś z czyjegoś **punktu widzenia**, to robimy to tak, jak by robiła to ta osoba. [...] Jeśli rozważamy lub omawiamy coś z jakiegoś **punktu widzenia**, to bierzemy pod uwagę tylko wskazane aspekty sprawy” [*Inny słownik języka polskiego* 2000: 398]. Objasnienie to uwzględnia nie tylko poznawczy i aksjologiczny aspekt punktu widzenia, ale również takie jego cechy, jak podświetlanie pewnych elementów danej sytuacji czy wpływ na działania człowieka.

Swietłana Michajłowna Tołstaja w swej pracy *Znaczenie symboliczne a punkt widzenia: motywacja znaczeń symbolicznych (kulturowych)* wskazuje na istnienie kilku różnych sposobów pojmowania pojęcia **punkt widzenia**:

rzecz jasna, że samo wyrażenie *punkt widzenia* jest w pewnym sensie metaforą lub metonimią, chodzi bowiem nie tylko o *punkt* widzenia (ros. *točka*), lecz także o *kąt* widzenia (ros. *ugol zrenija*), *pole* widzenia, *aspekt*, itd., wreszcie o *sposób* widzenia, tj. mówiąc szerzej – o pozycję obserwatora, o jego ujęcie świata i konkretnego elementu tego świata. Jest to więc kategoria kognitywna [Tołstaja 2004: 177].

Właśnie ostatnie rozumienie omawianego pojęcia będzie obowiązywało w niniejszym opracowaniu¹⁶. Wiąże się ono z utrwaloną już metaforą ROZUMIE-

tów, relacji i procesów – ma charakter podmiotowy” [Libura 2000: 19–20]. Owa podmiotowość wynika z ludzkiej zdolności do nadawania znaczenia własnym doświadczeniom.

¹⁶ Jest to rozumienie zgodne z definicją zaproponowaną przez Jerzego Bartmińskiego: „przez **punkt widzenia** rozumieć będę czynnik podmiotowo-kulturowy, decydujący o sposobie mówienia o przedmiocie, w tym m.in. o kategoryzacji przedmiotu, o wyborze podstawy onomazjologicznej przy tworzeniu jego nazwy, o wyborze cech, które są o przedmiocie orzekane w konkretnych wypowiedziach i utrwalone w znaczeniu” [Bartmiński 2006: 78].

NIE TO WIDZENIE¹⁷, z której wynikają wskazywane przez Renatę Przybylską [2004: 158] konstrukcje typu:

Z naszego punktu widzenia sprawa wygląda inaczej.

Punkt widzenia zależy od punktu siedzenia.

On ocenia wszystko pod kątem postępu.

Rozważmy to zagadnienie z innej strony.

Z drugiej strony...

Spójrz na to z dystansu.

Jak twierdzi S.M. Tolstaja, widzenie czy też patrzenie (oraz interpretacja i kategoryzacja obserwowanych obiektów) składa się z trzech elementów: podmiotu, obiektu obserwacji oraz samej czynności (procesu, stanu) patrzenia i widzenia¹⁸. Każdy z tychże elementów może być obiektem badań. Za każdym razem inne więc byłyby zainteresowania badacza, jednak we wszystkich przypadkach należałoby skupić się na obserwowanym przedmiocie, ponieważ tylko na podstawie jego obrazu można wnioskować na temat zarówno jego samego, jak i podmiotu obserwacji oraz czynności patrzenia/widzenia. W języku dany mamy wyłącznie obraz przedmiotu i jedyną drogą poznania pozostałych komponentów sytuacji patrzenia/widzenia jest rekonstrukcja. Dla zyskania informacji o sposobie widzenia (a więc o tym, co uznaję za punkt widzenia) ważne są przede wszystkim te jego wskaźniki w obrazie przedmiotu, które odwołują się do samej obserwacji (i kategoryzacji). S.M. Tolstaja wspomina

¹⁷ Por. rozumienie pojęć *punkt widzenia* i *punkt obserwacji* w ujęciu Jerzego Bartmińskiego i Stanisławy Niebrzegowskiej-Bartmińskiej: „wróćmy do sygnalizowanego [...] rozróżnienia punktu obserwacji i punktu widzenia. Są to kategorie różne, ale związane relacją pochodności [...]. O ile punkt obserwacji to tylko fizycznie rozumiane miejsce, z którego ktoś coś postrzega (odpowiednik Langackerowskiego *vantage point*), o tyle punkt widzenia to miejsce czy raczej już pozycja w sensie rozszerzonym, poznawczym. *Widzenie* jest tu pojmowane nie tylko sensorycznie, lecz także, a nawet przede wszystkim mentalnie, na zasadzie poszerzenia metaforycznego – od ‘postrzegania wzrokowego’ do ‘rozumienia’. Tym samym od planu przestrzennego i temporalnego następuje przejście do planu psychologicznego i aksjologicznego, a także społecznego” [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2004: 339].

¹⁸ J. Bartmiński i S. Niebrzegowska-Bartmińska, rozpatrując kategorię punktu widzenia, odnoszą się do ważnego zjawiska – dominacji znaczenia mentalnego nad fizycznym w przypadku czasownika *widzieć*. Jak stwierdzają, „takie zróżnicowanie znaczeniowe dokumentuje najpełniej najnowszy słownik – USJP 2003 [*Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 1–6, Warszawa 2003. – przyp. R.S.], na 9 bowiem wyróżnionych w nim znaczeń tylko trzy pierwsze mają znaczenie percepcji zmysłowej, jedno dotyczy sytuacji społecznej (spotkania kogoś), większość zaś odnosi się do aktów psychicznych i umysłowych, dotyczy przypominania sobie, uświadamiania, pojmowania, uważania kogoś za kogoś ew. czegoś za coś, sądzenia. Ogólnie biorąc, znaczenie mentalne (*widzieć* ‘poznawać, uświadamiać sobie’) zdobywa przewagę nad fizycznym (*widzieć* ‘postrzegać’)” [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2004: 330]. Wskazuje to na zasadność traktowania punktu widzenia jako sposobu postrzegania danego obiektu.

w tym przypadku o sytuacji nominacji, z jaką najczęściej mamy do czynienia w języku:

nie bez znaczenia jest także to, z jaką sytuacją i z jakim celem związana jest sama obserwacja i kategoryzacja: np. w języku jest to przede wszystkim sytuacja **nominacji** – bądź pierwotnej, gdy powstaje potrzeba utworzenia nowego wyrazu dla oznaczenia nowej rzeczy (przy czym wybiera się jedną z cech charakterystycznych nazywanego przedmiotu, więc wybiera się punkt jej widzenia); bądź – znacznie częściej – nominacji wtórej, gdy powstaje problem nie tworzenia, ale wyboru spośród już istniejących znaków językowych (znów z określonego punktu widzenia); bądź też, powiedzmy, nominacji „tekstowej” – gdy chodzi o różne sposoby oznaczania tego samego obiektu w tekście (typu *Mickiewicz, poeta, autor „Pana Tadeusza”, przyjaciel Puszkina* itp.) [Tolstaja 2004: 178].

We wszystkich przytoczonych przez autorkę przypadkach, gdy mamy do czynienia z nominacją, konieczne jest dokonywanie **wyboru**, raz spośród wielu cech danego przedmiotu (obiektu obserwacji)¹⁹, innym razem spośród kilku istniejących znaków językowych (zjawisko synonimii)²⁰. O ile konieczność wyboru cechy nie wzbudza żadnych wątpliwości w przypadku nominacji bezpośredniej²¹, o tyle już w przypadku nominacji „tekstowej”, jak nazywa ją S.M. Tolstaja, może to rodzić pewne obiekcje. Tu jednak również mamy do czynienia z wyborem cechy. Na przykład wskazywane przez rosyjską badaczkę różne sposoby oznaczania pisarza za każdym razem uwypuklają jedną z jego cech: nazwisko (*Mickiewicz*), rodzaj uprawianej przez niego literatury (*poeta*), autorstwo jednego z jego dzieł

¹⁹ Por. rozważania Grażyny Habrajskiej na temat obrazów sensorycznych: „obrazy sensoryczne, zdeterminowane przez punkt obserwacji, muszą zostać w procesie komunikacji nazwane. Między momentem percepcji a nazwaniem autor dokonuje profilowania, wyboru z całości obrazu tego elementu obserwowanej rzeczywistości, który umożliwi nazwanie go. Dokonuje tego profilowania z określonego **punktu widzenia**, uzależnionego od potrzeb komunikacyjnych mówiącego i zdeterminowanego uwarunkowanym kulturowo językiem. Wiele przykładów znaleźć można przyglądając się choćby nazwom roślin, takim jak *modrak, złocień, słonecznik* itd.” [Habrajska 2004: 117].

²⁰ Por. twierdzenie Haliny Kurek: „można też jednak próbować określać punkt widzenia interlokutorów w procesie komunikacji, w momencie wyboru i użycia konkretnego leksemu spośród kilku możliwych, którymi nazwano dany desygnat albo w momencie indywidualnej kategoryzacji desygnatu przez podmiot poznawczy. Byłby to zatem punkt widzenia uwzględniający współczesny, komunikacyjny aspekt językowego obrazu świata polegający przede wszystkim na wyborze synonimicznych nazw w momencie porozumiewania się” [Kurek 2004: 213].

²¹ Tolstaja tłumaczy to na przykładzie nazw grzybów: „wiadomo, że ten sam element świata jest nazywany w różnych językach czy dialektach w różny sposób, z wykorzystaniem różnych cech przedmiotu czy zjawiska jako relewantnych w planie nominacji. Np. w gwarach wschodniosłowiańskich grzyb *Boletus rufus* nazywa się raz *podosinovik*, raz *krasnogolovik*, *krasnyj grib*, *belyj grib* itp. Każda z nazw akcentuje inną cechę denotatu: miejsce, na którym grzyb rośnie (pod osiką), kolor części górnej (czerwony) lub kolor ciała grzyba (biały). Tak samo wskaźnikiem punktu widzenia może być zjawisko **synonimii** wewnątrzjęzykowej – szereg wyrazów synonimicznych rysuje różne strony nazywanego przedmiotu, obserwowane z różnych punktów widzenia i w różnych związkach danego obiektu z innymi. Na przykład polskie czasowniki *wyciągać*, *wydobywać*, *wyprowadzać*, *wywlekać*, *wybawiać* mogą być używane w stosunku do tej samej sytuacji i tej samej czynności, ukazując jednak różne aspekty pragmatyczne lub różne sposoby działania” [Tolstaja 2004: 179].

(autor „*Pana Tadeusza*”) oraz kontakty towarzyskie (*przyjaciel Puszkina*). Podobnie jest chociażby w analizowanym w rozdziałach 3 i 4 języku dziennikarzy sportowych. W tekście prasowym pojawiają się różne określenia opisujące tę samą osobę ze względu na różne jej cechy: *piłkarz* (wykonywany zawód), *napastnik* (pozycja na boisku), *podstawowy zawodnik* (rola, jaką odgrywa w zespole) czy choćby najzwyklejsze *Polak*, *Brazylijczyk*, *Holender* itd. (narodowość). Niektóre spośród tych cech mogą być następnie dalej różnicowane, na przykład ze względu na pozycję na boisku ten sam zawodnik może być nazwany nie tylko *napastnikiem*, ale również chociażby *atakującym* (ze względu na czynność atakowania bramki drużyny przeciwnej, jaką wykonuje w czasie meczu) czy *snajperem* (ze względu na pożądaną charakterystykę piłkarza grającego na tej pozycji – celność, niezawodność, ale także po raz kolejny ze względu na wykonywaną czynność – tym razem strzelanie do bramki).

Małgorzata Brzozowska postuluje, by nominację, etymologię i zmiany semantyczne traktować jako wyznaczniki **profilowania**²², co w sposób bezpośredni wiązałoby profilowanie z punktem widzenia. Według niej

w wielu przypadkach istnieje bezpośrednia bądź pośrednia zależność pomiędzy nominacją, etymologią a niezależnie od nich wyodrębnionymi profilami. Nominacja kształtuje profile pojęcia. Jest to najwyrazistsze w przypadku tzw. derywatów onomazjologicznych (asocjacyjnych), a zwłaszcza tam, gdzie współlistnieją ze sobą różne nazwy tego samego obiektu (np. *prawdziwek* – *borowik* czy nazwy kamienia piorunowego). Nazwa profiluje wtedy pojęcie poprzez wybór i wyraziste wskazanie jego dominanty cech. Gdy następuje zatarcie motywacji, można zejść na poziom etymologii, w której zachowane jest pierwotne znaczenie słowa [Brzozowska 1998: 255].

Z przykładami tego typu wyborów można się zetknąć w każdej dziedzinie życia. Wiąże się to ze zdolnością człowieka do skupiania uwagi na jednym elemencie całości (może to być ognisko w ramie postrzegania u Langackera lub jedna z wielu cech obiektu obserwacji).

Andrzej Kudra wprowadza wyraźne rozróżnienie między *punktem obserwacji*, który rozumie jako „hipotetyczne miejsce, z którego obserwator dokonuje oglądu oraz deskrypcji” [Kudra 2004 I: 131], a *punktem widzenia*, określanym przez niego ze względu na aspekt aksjologiczny, który

w codziennym doświadczaniu życia przez ludzi jest zwykle szukaniem „historii do doświadczenia”, jest szukaniem szeroko rozumianej sankcji dla poglądów lub czynów, jest szukaniem wyjaśnień-usprawiedliwień dla postawy podmiotu. [...] Ów aspekt aksjologiczny ma zwykle charakter relatywny, tj. taki mam punkt widzenia na daną sprawę, jaki mi *aktualnie* (sytuacyjnie) dyktuje osobisty interes, doświadczenie oraz dotychczasowa wiedza i przekonania” [Kudra 2004a: 129–130].

Rozróżnienie takie wynika z przekonania, że obserwacja nie przebiega na poziomie mentalnym – jest tylko rejestracją, pozbawioną analizy. Oczywi-

²² Więcej o profilowaniu i jego związku z punktem widzenia piszę w rozdziale 2.

ście, sam akt percepcji rzeczywiście dotyczy zmysłów i jest nieświadomy. Wyżej jednak, powołując się na ustalenia psychologii poznawczej, wykazałem, że obserwacji towarzyszy analiza. Człowiek nieustannie przetwarza dane, których dostarczają mu receptory w jego organizmie. Taka czynność sprawia, że podmiot postrzegający staje się w ujęciu A. Kudry *komentatorem*, a więc tym, kto „w wyniku procesów mentalnych, nie postrzeżeń, ale na ich bazie – aksjologizuje opisywaną rzeczywistość. W wyniku szeroko rozumianej aksjologizacji interpretuje rzeczywistość” [Kudra 2004a: 131]. Owa aksjologizacja następuje nieustannie, podobnie jak w ogóle konceptualizacja mentalna, której wyrazem są następnie wypowiedzi językowe. Tym samym należałoby uznać, że czysta obserwacja jest tworem tylko teoretycznym, a na pewno nie mamy z nią do czynienia w przypadku tekstów prasowych dziennikarzy sportowych, którymi zajmuję się w kolejnych rozdziałach.

Sam punkt obserwacji z całą pewnością można wiązać z punktem widzenia. Z różnych punktów obserwacji bowiem uzyskuje się różne dane zmysłowe, które z kolei różnie wpływają na konceptualizację danego zdarzenia (wystarczy wyobrazić sobie sytuację, w której znajduje się policjant, zbierający zeznania kilku świadków, będących w momencie popełnienia przestępstwa w różnych miejscach)²³. Percepcja tego samego zdarzenia z odmiennych punktów obserwacji mogłaby spowodować, że nawet ten sam obserwator-konceptualizator zyskałby zupełnie inne nastawienie do tegoż zdarzenia (wymusiłyby to na nim różnice w docierających do niego informacjach – w jednym miejscu mogłyby one okazać się pełniejsze niż w innym, co dałoby zupełnie nowy obraz tego, co się wydarzyło, a tym samym zmieniłby się stosunek podmiotu do obiektu postrzegania/konceptualizacji).

Przedstawiając rozumienie kategorii punktu widzenia w ujęciu językoznawstwa kognitywistycznego, Elżbieta Tabakowska zwraca uwagę zwłaszcza na przypadki, kiedy punkt widzenia utożsamiany jest ze **światopoglądem** [Tabakowska 2004: 47–64]. Obserwator staje się wówczas kimś więcej niż tylko biernym rejestratorem zdarzeń – jest jednocześnie komentatorem, dodającym własne uwagi (choćby ocenę obserwowanej rzeczywistości). Tym samym każda jego wypowiedź staje się wyrazem jego opinii, stosunku do różnych spraw, a także jego wiedzy, przekonań czy oczekiwań. Nie ma zatem zwykłej obserwacji, ograniczającej się do percepcji – zawsze mamy do czynienia również z interpretacją. Potwierdza to przypuszczenia R. Langackera co do związku między postrzeganiem wzrokowym a konceptualizacją językową (będącą wyrazem konceptualizacji mentalnej).

²³ Znakomicie oddają tę myśl J. Bartmiński i S. Niebrzegowska-Bartmińska, cytując tekst z dziedziny fotografii: „pierwszy raz, gdy próbujesz fotografować dzieci, stąpasz po nieznanym terytorium. Jedynie częściowo przyjmujesz **punkt widzenia dziecięcego oka**. Najczęściej przyjmujemy **punkt widzenia dorosłych** – patrzymy w dół. Ale jeśli naprawdę chcesz wejść do dziecięcego świata, wtedy musisz zejść do ich poziomu, patrzeć oko w oko. Czasami fotograf leży płasko na ziemi, siedzi na podłodze lub zgina kolana. Jest to prosty sposób, aby zrobić pełne sympatii zdjęcie, które opowiadają dziecięcą historię” [http://www.agfa.imagecenter.pl, cyt. za: Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2004: 345].

1.4. Konwencjonalne i indywidualne punkty widzenia

Jest więc punkt widzenia nie tylko miejscem, z którego podmiot patrzy na świat, lecz również sposobem postrzegania świata, jego indywidualną interpretacją. Czy jednak na pewno tylko indywidualną? W licznych opracowaniach dotyczących zagadnienia perspektywy pojawiają się przeróżne typy punktów widzenia, od punktu widzenia autora, narratora, czytelnika (w badaniach z dziedziny teorii literatury), przez punkt widzenia funkcjonalny, percepcyjny, kulturowy²⁴, po punkty widzenia naukowca, lekarza, pacjenta czy nawet całej historii. Terminy można mnożyć w nieskończoność, jednak prowadzi to jedynie do chaosu. Widać wyraźną tendencję do nazywania punktów widzenia *ad hoc*, w zależności od materiału, na którym się pracuje. Paradoksalnie wskazuje to na pewne właściwości języka, które mogą pomóc w uporządkowaniu kwestii „klasyfikacji” punktów widzenia.

Na pierwszą z owych właściwości wskazuje Renata Przybylska, zakładając istnienie kulturowo utrwalonej konwencjonalizacji punktu widzenia, którą opisuje jako „punkt widzenia typowy, związany z miejscem, z którego najczęściej ludzie dokonują oglądu danej sceny, ponieważ sposób ich interakcji z otoczeniem wymaga zazwyczaj zajęcia właśnie tego miejsca” [Przybylska 2004: 153]. Wprawdzie definicja ta odnosi się głównie do relacji przestrzennych, jednak można ją przenieść również na przyjęte przeze mnie rozumienie punktu widzenia jako *sposobu* postrzegania danego obiektu (zjawiska, sceny). Istnieją z całą pewnością sposoby postrzegania konkretnych elementów rzeczywistości akceptowane przez ogół użytkowników języka²⁵.

Druga właściwość języka, polegająca na zdolności do przekazywania indywidualnych punktów widzenia, znajduje wyraz m.in. w artykule Anny Pajdzińskiej i Ryszarda Tokarskiego, według których kategoria punktu widzenia ściśle wiąże się ze zjawiskiem profilowania (tu: nadawania nazywanym obiektom określonych profilów pojęciowych przez wybór podstawy onomazjologicznej). Badacze wyróżniają w ramach swoich rozważań dwa poziomy profilowania:

²⁴ Pisał o nich np. J. Bartmiński w kontekście różnych nazw *żrenicy* w szkicu *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata* [w: Bartmiński 2006: 79–80].

²⁵ Paweł Nowak wspomina także o istnieniu dwóch typów punktu widzenia na płaszczyźnie pragmatycznej komunikatu: „**konwencjonalnego** (zgodnego z zakładanym »na wejściu« przez uczestników komunikacji scenariuszem wydarzeń) i **konwersacyjnego** (związanego z odstępstwami od typowego skryptu)” [Nowak 2004: 161]. O konwencjonalizacji pisał też m.in. Edward Sapir, który uważał wręcz, że nasz sposób postrzegania świata zależy od naszych zwyczajów językowych determinowanych z kolei przez społeczność, w której żyjemy: „Widzimy, słyszymy i w ogóle doświadczamy tak, jak doświadczamy, w dużej mierze dlatego, że zwyczaje językowe naszej społeczności preferują pewne wybory interpretacyjne” [cyt. za: Kępa-Figura 2007: 13].

profilowanie, którego rezultatem są skonwencjonalizowane i właściwe konkretnemu językowi całościowe modele pojęciowe²⁶, nazywamy profilowaniem kulturowym. [...] Jak sądzimy, profilowanie z poziomu kulturowego wymaga w większym stopniu eksponowania właśnie czynnika kulturowego (co nie eliminuje podmiotowości jako kategorii antropologicznej), profilowanie tekstotwórcze zaś, zwykle odwołujące się do kulturowego obrazu przedmiotu, w konkretnych tekstach nawiązuje do konkretnych uwarunkowań sytuacyjnych, do konkretnego, czasem wręcz jednostkowego oglądu i wartościowania świata. W drugim wypadku na plan pierwszy wysuwa się zatem podmiotowy, subiektywny składnik punktu widzenia [Pajdzińska, Tokarski 2004: 28–29].

W tym ujęciu język daje użytkownikom pewne możliwości obrazowania obiektów, a wybór spośród tych możliwości nadaje danej wypowiedzi określony, subiektywny punkt widzenia. Po raz kolejny zatem na plan pierwszy wysuwa się selektywność ludzkiego umysłu. Myślę, że to właśnie ona decyduje o tym, co w danej chwili podmiot postrzegania widzi w obserwowanym obiekcie, a to z kolei wpływa na konceptualizację mentalną, której wyrazem jest konceptualizacja językowa.

Nie ulega wątpliwości, że każda wypowiedź zawiera jakiś punkt widzenia, czy to typowy, zakorzeniony już w kulturze, czy też indywidualny, jednostkowy. Można zatem, dla uniknięcia konieczności wymyślania niezliczonych określeń, uznać, że istnieją dwa podstawowe rodzaje punktu widzenia: **konwencjonalny** i **osobisty** (jednostkowy). Ten pierwszy byłby akceptowany przez większość użytkowników języka, drugi zaś wyrażałby stanowisko danej jednostki, niekoniecznie akceptowane czy akceptowalne przez pozostałych użytkowników. Taki podział rodzi jednak pewne wątpliwości natury metodologicznej. Jak bowiem ustalić, która wypowiedź zawiera konwencjonalny, a która osobisty sposób postrzegania świata²⁷? Wymagałoby to przeprowadzenia badań lub zdania się na własną intuicję. Obie te metody mogłyby jednak okazać się zawodne. Wynika to z trudności, jaką nastręcza sam język. Zawsze bowiem wypowiedź musi zawierać indywidualny punkt widzenia. Nawet sama decyzja o obrazowaniu konwencjonalnym jest partykularna, jednostkowa, wynika z indywidualnych uwarunkowań podmiotu (jego kompetencji językowej, nawyków, cech charakteru, kontekstu i konsytuacji wypowiedzi). Cała wypowiedź zatem musi być siłą rzeczy wyrazem osobistego punktu widzenia.

²⁶ Por. inny fragment tego samego tekstu: „pewne sposoby patrzenia na świat się konwencjonalizują, a ich mniej lub bardziej utrwalone wykładniki językowe stają się podstawą uzasadniająca przypisanie słowu określonych składników znaczeniowych” [Pajdzińska, Tokarski 2004: 28] – przyp. R.S.

²⁷ Jarosław Płuciennik stwierdza, że „kluczowe [...] wydaje się odnalezienie jakiegoś obszaru przejścia pomiędzy podmiotowym punktem widzenia a punktem widzenia społecznym, czyli konwencjonalnym. Jak uczy kognitywna semantyka, przejście między tymi punktami widzenia byłoby płynne, a granice trudne do wytyczenia, tak samo trudne jak granice między semantyką a pragmatyką” [Płuciennik 2004: 217].

Nie można uciec od własnej podmiotowości i od zaznaczania jej w każdej swojej wypowiedzi. Na zdolność języka do przekazywania jednostkowych punktów widzenia wskazują już rozważania Wilhelma von Humboldta, według którego

naród obejmuje wszystkie chyba odcienie ludzkich osobliwości. Także ci, co wyszedłszy z tego samego kierunku, uprawiają to samo zajęcie, różnią się rodzajem podejścia i sposobem, w jaki podlegają wtórnemu oddziaływaniu. Zróżnicowanie to zwiększa się jeszcze w języku, gdyż wchodzi on w najtajniejsze zakamarki umysłu i psychiki. Otóż każdy potrzebuje języka dla wyrażenia swej indywidualności; język wychodzi bowiem zawsze od jednostki i każdy posługuje się nim najpierw tylko dla siebie. Mimo to każdemu on wystarcza, o ile zawsze ubogie słowa są w ogóle odpowiednie dla popędu do wyrażania najbardziej wewnętrznych uczuć. Nie można też utrzymywać, by język jako powszechny organ wyrównywał te różnice. Oczywiście, buduje on pomosty od indywidualności do indywidualności i pośredniczy we wzajemnym porozumieniu; samą różnicę jednak raczej powiększa, gdyż uwyrażniając i sublimując pojęcia, tym jaśniej uświadamia, jak bardzo jest zakorzeniony w pierwotnych predyspozycjach umysłowych [Humboldt 2001: 189]

i dalej:

poza tym jednak indywidualny ogląd i uczucie zawsze równocześnie domagają się swych praw. Jest nawet bardzo prawdopodobne, że pierwsze użycie języka, gdybyśmy potrafili aż do niego zstąpić, okazałoby się czystym wyrazem odczucia [Humboldt 2001: 193].

Jak trafne są te spostrzeżenia, potwierdza wniosek R. Przybylskiej w cytowanym powyżej artykule, głoszący, że podmiot mówiący (czyli konceptualizator) jest zakorzeniony w języku, a konceptualizacja bez niego (bez śladów jego obecności) jest niemożliwa, ponieważ w praktyce każda wypowiedź jest wyrazem pewnego punktu widzenia, który wiąże się z pewnym konceptualizatorem [por. Przybylska 2004: 157]. Należałoby jedynie dodać, że dotyczy to zarówno punktu widzenia rozumianego w kategoriach przestrzennych, jak i pojmowanego jako *sposób* postrzegania.

Elżbieta Tabakowska wyraża podobny pogląd, odwołując się nawet do zdań mówiących o tzw. rzeczywistości wirtualnej (a więc takiej, która istnieje lub mogłaby istnieć „niezależnie od konkretnych jednostek czy zdarzeń” [Tabakowska 2004: 52]). Według badaczki

nawet one wyrażają sąd zakorzeniony w określonej sytuacji: mówią o wiedzy, wprawdzie powszechnie przyjmowanej, lecz tylko w określonym miejscu, czasie i kulturowym kontekście. Rzeczywistość językowego obrazu świata jest więc zawsze – w mniejszym lub większym stopniu – **rzeczywistością fenomenologiczną**, nieuchronnie naznaczoną obecnością czyjegoś punktu widzenia [Tabakowska 2004: 53].

Proponowany przez Renatę Grzegorczykową sposób usunięcia z wypowiedzi punktu widzenia nadawcy za pomocą stwierdzeń typu *zdaniem/według X-a...*, *X uważa, że...*, *jak mówią, rzekomo, podobno* [Grzegorczykowa 2004: 162], nie sprawia, że wypowiedź taka jest pozbawiona punktu widzenia. Wspomniane kon-

strukcje wprowadzają bowiem sposób postrzegania zapożyczony od innej osoby (czyli nadawca w wypowiedzeniu prezentuje cudzy punkt widzenia). Ciekawie prezentuje się w tym przypadku kwestia wyobrażenia nadawcy o punkcie widzenia innego człowieka – referuje on to, co, jak sam uważa, jest sposobem postrzegania danej sytuacji przez kogoś innego. Jest to jednak tylko jego wyobrażenie, które nie musi być prawdziwe²⁸.

R. Grzegorzczkowska porusza także ważną kwestię subiektywności leksyki, uznając, że

nacechowanie wyrażen językowych subiektywnością jest właściwością stopniowalną. W obrębie słownictwa można pod tym względem wyróżnić złoże najbardziej „obiektywne”, tzn. nazwy zjawisk najbardziej niezależnych od człowieka poznającego i mówiącego, np. nazwy gatunków naturalnych, wyodrębniających się w świecie niezależnie od podmiotu poznającego (typu *pies*, *wrób*), a także nazwy konkretnych przedmiotów fizycznych, typu *stół*, *dom*, itp., w których subiektywność może jedynie polegać na swoistych konotacjach bądź zawartej w znaczeniach tych leksemów subiektywnej kategoryzacji świata, co [...] może prowadzić do subiektywnego rozumienia słów przez mówiących [Grzegorzczkowska 2004: 165].

Założenie o inherentnej naturze punktu widzenia w języku również w przykładach przytoczonych przez R. Grzegorzczkowską pozwala doszukiwać się subiektywności. Nazwanie danego zwierzęcia *psem* ukazuje przecież przyjęty przez nadawcę sposób postrzegania, który polega w tym przypadku na wyborze stopnia ogólności (bądź szczegółowości, zależnie od punktu widzenia) nazwy (por. inne możliwości, typu *istota żywa*, *zwierzę*, *ssak*, *owczarek niemiecki*). Poza tym wybór, zdaniem R. Grzegorzczkowskiej, obiektywnej nazwy (*pies*) także dostarcza informacji o sposobie postrzegania przyjętym przez nadawcę (określenie to wydaje się bardziej zdystansowane, beznamiętne niż inne możliwości, typu *najlepszy przyjaciel człowieka*, *futrzak*, *piesio*, które zawierają pewien ładunek emocji, wskazujących na emocjonalny stosunek mówiącego do obiektu postrzegania²⁹). Spostrzeżenie to można odnieść także do wspomnianych przez badaczkę nazw konkretnych przedmiotów fizycznych. Określenie obserwowanego obiektu mianem *domu* wskazuje na sposób jego postrzegania, ponieważ ten sam obiekt może zostać nazwany również *budynkiem*, *arcydziełem* lub *całym dobytkiem* (na przykład właściciel domu może powiedzieć do swego gościa: *Patrzysz na cały mój dobytek*).

²⁸ Kwestię tę poruszam również dalej, przy okazji rozpatrywania związku teorii empatii z punktem widzenia.

²⁹ Nawet jedno pojęcie może mieć dla różnych ludzi inne konotacje, na co wskazują Roman Kalisz i Wojciech Kubiński, przedstawiając trudności metodologiczne kognitywizmu: „pojęcia są w dużej mierze indywidualne i wynikają z różnych doświadczeń ludzkich, np. słowo »pies« może być czymś zupełnie innym dla kynologa czy właściciela psa i dla osoby bojącej się wszelkich psów. To stanowi dodatkową komplikację, gdyż, jeśli udało się nam dotrzeć w jakiś sposób do pojęć u jednego człowieka, na przykład przez introspekcję dotyczącą pojęć leksykalnych, to jednak mielibyśmy do czynienia z obserwacją jednostkową” [Kalisz, Kubiński 1998: 10].

Oczywiście, obok etymologii, również wybór danej nazwy jest tym, co czyni ją wyznacznikiem sposobu postrzegania (wskazywałem to już wyżej). Zależy on od doświadczeń obserwatora, ale także od sytuacji, w której dana wypowiedź jest konstruowana (oraz od aktualnego osobistego interesu, o którym pisał w cytowanej pracy A. Kudra). W różnych momentach jesteśmy w stanie różnie postrzegać te same obiekty, co wiąże się z naszym samopoczuciem, nastrojem, celem, a także aktualną potrzebą komunikacyjną (np. na lekcji biologii uczniów raczej będzie używał nazwy *pies*, nie zaś *piesio* – kompetencja komunikacyjna nakazuje nam używać form stylistycznie dopasowanych do sytuacji, w jakiej formułujemy wypowiedź³⁰).

1.5. Punkt widzenia a presupozycja

Z problematyką zawartości punktów widzenia w każdej wypowiedzi wiąże się kwestia **presupozycji** (presuponowania). Według *Słownika terminów literackich* jest to „ta część informacji znaczeniowej, która nie jest wprost przekazana w wypowiedzi, ale milcząco w niej założona jako wstępny i niedyskusyjny warunek porozumienia. Presupozycje danej wypowiedzi proponują i wyznaczają zakres wspólnej dla nadawcy i odbiorcy wiedzy o świecie i o sytuacji komunikowania” [*Słownik terminów literackich* 2008: 433–434].

Wprawdzie istnieje wiele opracowań tego zagadnienia i nie ma wyraźnej zgody co do jego istoty, jednak, przyjmując za Jarosławem Płuciennikiem, można uznać, że

presupozycja *P* jest warunkiem stosownego użycia wypowiedzi *W*. Trzeba jednak dodać, że presupozycje są zawsze czyjeś. Są one w pewnym sensie śladem subiektywności, subiektywnością zakodowaną w języku. To nadawca decyduje o przyznaniu wartości prawdy określonym zdaniom oraz jest przekonany, iż faktyczność treści presuponowanej nie będzie poddawana przez odbiorcę w wątpliwość. Nadawca, mówiąc *W*, presuponuje *P*, jeżeli *P* jest warunkiem stosownego użycia *W* [Płuciennik 2002: 54].

Jak to już zaznaczałem, owa subiektywność właśnie jest głównym objawem obecności punktu widzenia nadawcy w wypowiedzi³¹. Oczywiście jest, że odbiorca

³⁰ Wiaże to punkt widzenia z retoryczną kategorią *aptus* – pojawienie się danego punktu widzenia w pewnych kontekstach uwarunkowane jest potrzebą przestrzegania stosowności (w rozdziale 5 odnoszę to spostrzeżenie do metafor wykorzystywanych przez dziennikarzy sportowych).

³¹ Por. również rozważania J. Płuciennika, według którego „wszystkie cechy presupozycji odwołują się do mówiącego i jego **oglądu** świata – presuponowanie można widzieć w tym kontekście jako **uniwersalną czynność umysłową**, polegającą na uznawaniu pewnych sądów o rzeczywistości za niewątpliwe i niepodlegające dyskusji, presupozycje zaś można uznać za językowy efekt takiego oglądu świata. Semiotycznie rzecz ujmując, byłyby one raczej **oznaką** niż znakiem, objawem pewnego punktu widzenia, śladem perspektywy mówiącego. Inna sprawa, że owo widzenie świata, dzięki presupozycji i jej sile, jest narzucane odbiorcy, ten zaś musi ów świat uznać za swój albo metajęzykowo

wcale nie musi przyjąć stosowności użycia danej wypowiedzi (może zanegować presupozycję na płaszczyźnie pragmatycznej, a nie – logicznej), co jednak nie odbiera jej znamion subiektywności. Często nawet odrzucenie treści presuponowanej, a co za tym idzie, również punktu widzenia nadawcy, jest przyczynkiem do kontynuowania komunikacji. Rozmowa schodzi wówczas chwilowo na poziom metadyskursu. Dla lepszego zobrazowania tych rozmyślań posłużmy się przykładem:

Jeśli spotykają się dwie osoby i jedna z nich zacznie rozmowę od stwierdzenia:
Piesek został w domu, bo choruje,

można to wówczas uznać za presupozycję – nadawca daje do zrozumienia, że odbiorca wie, o jakim „piesku” jest mowa, co więcej, musiał się on spodziewać, że nadawca przyjdzie z owym „pieskiem” i stąd właśnie wypowiedź ta może być wyjaśnieniem, dlaczego „pieska” nie ma z nadawcą. Ponadto należy przyjąć, że odbiorca nie wiedział dotąd o chorobie „pieska”. Samo określenie „piesek” również jest presupozycją – nadawca zakłada bowiem, że stosowne jest użycie tego właśnie słowa, mimo że dla kogoś innego jego pupil może być *psiskiem*, *psem* lub wręcz *bestią*. Zrozumienie wypowiedzi wymaga, by odbiorca, mimo wszelkich swoich możliwych zastrzeżeń, uwzględnił presupozycję zawartą w komunikacie rozpoczynającym rozmowę³². Gdyby chciał zanegować presupozycję, musiałby zastosować strategię metadyskursywną³³, np.:

Jakiego pieska masz na myśli?

lub

Chciałeś chyba powiedzieć: wielkie psisko.

lub

Nie wiedziałem, że zamierzałeś przyprowadzić swojego psa.

Możliwość przeniesienia komunikacji na poziom metadyskursu ma kapitalne znaczenie nie tylko w przypadku presupozycji, ale w każdym akcie komunikacji³⁴. Jest to bowiem szansa na doprowadzenie do negocjacji punktów widzenia, co z kolei stanowi linię obrony odbiorcy przed autorytatywnością wypowiedzi nadawcy³⁵.

zanegować nadawczy ogląd” [Płuciennik 2002: 57]. Szczególnie ważne jest tutaj owo **narzucanie** nadawczego oglądu świata, świadczące o autorytatywności komunikacji, o której piszę dalej.

³² Według Renaty Grzegorzczukowej informacje presuponowane są bliskie tła wypowiedzi, tego, co niewyprofilowane, należące do ramy interpretacyjnej – nie są zatem wypowiedziane, ale wpływają na rozumienie wypowiedzi [por. Grzegorzczukowa 1998: 9–17].

³³ Strategię metadyskursywną rozumiem tu za Aleksym Awdiejewem i rozwijaną przez niego gramatyką interakcyjną. O koncepcji tej można przeczytać m.in. w: Awdiejew 2004a.

³⁴ Według J. Płuciennika właściwie każda wypowiedź zawiera jakąś presupozycję, ponieważ „presuponowanie jest uniwersalną czynnością mentalną, widoczną w każdym użyciu języka” [Płuciennik 2002: 62].

³⁵ Nasuwa się tu wyraźne skojarzenie z koncepcją komunikacji apodyktycznej w ujęciu Andrzeja Kudry.

1.6. Komunikacja jako współzawodnictwo. Rywalizacja punktów widzenia

Istotne dla tych rozważań jest przyjęcie założenia, że komunikacja polega na **współuczestnictwie** (chodzi tu o współuczestnictwo w konceptualizacji świata, do którego zawsze „zaprasza” odbiorcę nadawca, narzucając mu swą perspektywę) i **współzawodnictwie** jej uczestników. O idei współzawodnictwa w komunikacji wspominał m.in. J. Płuciennik, pisząc, że

mechanizm presuponowania i pragmatyka znaczników iluzji skłania raczej do przyjęcia modelu komunikacji, wzorowanego na współzawodnictwie (gr. *agon*), w którym to modelu uczestnicy zachowań komunikacyjnych konkurują ze sobą w definiowaniu rzeczywistości. Wygrywający tę rywalizację i jego język stają się podstawą zachowań mimetycznych i identyfikacyjnych odbiorców [Płuciennik 2002: 63].

Komunikacja jest więc nieustannym ścieraniem się różnych punktów widzenia, jest niekończącą się interpretacją rzeczywistości³⁶. Każdy uczestnik komunikacji może modyfikować cudze sposoby postrzegania świata, przekazując własny punkt widzenia, ale może równie dobrze zmienić swoją perspektywę pod wpływem spojrzenia na rzeczywistość z punktu widzenia *innego*. Wszechobecność punktów widzenia w komunikacji potwierdzają rozważania Kordiana Bakuły, według którego „patrzący” przyjmują własne punkty widzenia i z ich pozycji wypowiadają swoje stanowiska. Właśnie dążenia i punkty widzenia jego zdaniem motywują poznanie [Bakula 2004: 342].

Obecność punktu widzenia w każdej wypowiedzi nie jest obca również tworcom gramatyki komunikacyjnej. Jednym z podstawowych założeń komunikatywizmu jest stwierdzenie, że nadawca w procesie komunikacji przekazuje pewien obraz ideacyjny, który odbiorca musi odtworzyć w swoim umyśle, aby zrozumieć komunikat. Jest to możliwe dzięki istnieniu typowych schematów wyobrażeniowych, wyrażanych poprzez jednostki wiedzy o świecie, zwane przez komunikatywistów standardami semantycznymi, które dzięki odpowiedniemu uszczegółowieniu pozwalają odbiorcy zrekonstruować obraz przedstawieniowy stworzony przez nadawcę. Jak stwierdza Aleksy Awdiejew,

umiejętność odtwarzania obrazów za pomocą języka stawia odbiorcę w roli wirtualnego obserwatora rzeczywistości. Obserwacja świata przy pomocy opisów językowych zawsze uwzględnia pozycję obserwatora zwróconego twarzą do obiektów obserwowanych lub, w przypadku innych kanałów percepcji, w pozycji umożliwiającej kontakt perceptywny. Inaczej mówiąc, sam obraz przekazany językowo zawiera oprócz przedstawionego fragmentu świata jeszcze standardową pozycję obserwatora [Awdiejew 2004b: 105–106].

³⁶ Mam tu na myśli zarówno pierwszą, jak i drugą rzeczywistość w rozumieniu Michaela Fleischera.

Niezależnie od dalszych rozważań autora o gramatycznym charakterze kategorii obserwatora należy uznać, że poglądy komunikatystów potwierdzają tezę głoszącą obecność pewnego punktu widzenia w każdej wypowiedzi. Skoro jest obserwator, musi on zajmować pewne stanowisko (czy to przestrzenne, czasowe, czy też ideologiczne). Potwierdzają to rozważania innej przedstawicielki gramatyki komunikacyjnej, Grażyny Habrajskiej, według której

doświadczenia percepcyjne, leżące u podstaw procesów poznawczych człowieka, w wyniku których powstają utrwalone w jego pamięci wyobrażenia sensoryczne właściwe typowym sytuacjom, mają – rzecz jasna – charakter nieświadomy i indywidualny. Zależą one od określonego **punktu obserwacji**, który determinuje sytuacja zewnętrzna, w jakiej znajduje się obserwator. Wyobrażenia dotyczące tej samej sytuacji nie są więc u każdego człowieka takie same³⁷ [Habrajska 2004: 113].

Zrozumienie wypowiedzi przez odbiorcę wymaga wcielenia się przez niego w rolę owego obserwatora. Musi więc przyjąć zawarty w komunikacie punkt widzenia, by odtworzyć przekazany obraz ideacyjny. Wyznacznikami owego punktu widzenia w przypadku gramatyki komunikacyjnej mogą być konkretne sposoby detrywializacji standardów semantycznych, zastosowane przez nadawcę. Po odtworzeniu obrazu przedstawieniowego odbiorca widzi go z **pozycji**³⁸ nadawcy. Nie wyklucza to jednak różnic wynikających z odrębnych doświadczeń interlokutorów. Na przykład zdanie:

(1) *Piesek przebiegł drugą stroną ulicy.*

zmusza odbiorcę do przyjęcia zarówno punktu widzenia nadawcy w sensie *przestrzennym* (wymaga tego lokalizacja owego zdarzenia), zwanym przez komunikatystów punktem obserwacji, jak i *sposobu* postrzegania obiektu, o którym mowa (w tym przypadku byłby to *pies* postrzegany jako niewielkie, prawdopodobnie sympatyczne zwierzątko, czyli *piesek*), nazywanym w gramatyce komunikacyjnej punktem widzenia³⁹. Nie zmienia to jednak faktu, że odbiorca może w procesie interpretacji odtworzyć obraz owczarka niemieckiego, podczas gdy nadawca widział w rzeczywistości dalmatyńczyka. Wszystko zależy w takim przypadku od swobody, jaką mówiący zostawia wyobraźni odbiorcy (czyli od stopnia ukonkretnienia wypowiedzi). Punkt widzenia pozostaje jednak ten sam⁴⁰.

³⁷ Zgadza się to z przedstawioną wyżej koncepcją D. Rumelharta dotyczącą schematów i możliwości ich dostrajania.

³⁸ Termin *pozycja* rozumiem tu zarówno w sensie przestrzennym, jak i w sensie konstruowanego obrazu świata.

³⁹ Rozróżnienie w gramatyce komunikacyjnej między *punktem obserwacji* i *punktem widzenia* wiąże się z rozróżnieniem między *obserwatorem* i *konceptualizatorem*, które z kolei wynika z różnicy między *doświadczeniem percepcyjnym* a *konceptualizacją*.

⁴⁰ Por. rozważania Wilhelma von Humboldta o języku: „ludzie rozumieją się nawzajem nie dlatego, że rzeczywiście przekazują sobie znaki rzeczy, również nie dlatego, że ustalają między sobą, iż wyprodukują dokładnie i całkowicie to samo pojęcie, lecz dlatego, że poruszają w sobie

Anna Rzepkowska, analizując kategorie punktu obserwatora i punktu widzenia w kontekście działań perswazyjnych, pisze, że

punkt obserwacji jako jeden z środków perswazji polega na naprowadzeniu odbiorcy na obraz sensoryczny, który chcemy przekazać w celu zmiany postawy aksjologicznej odbiorcy i nakłonienia go do określonych działań. Przekazany za pomocą środków językowych obraz sensoryczny pobudza pamięć operacyjną odbiorcy, uruchamia pamięć sensoryczną. Jeżeli odbiorca jest w stanie odtworzyć obraz, który odwołuje się do doświadczeń zmysłowych zakodowanych w jego pamięci sensorycznej, to odbiera go jako prawdziwy [Rzepkowska 2004: 140–141].

Przekazywany przez nadawcę obraz jest więc czymś w rodzaju propozycji dla odbiorcy. Od szczegółowości tego obrazu zależy interpretacja dokonywana przez adresata komunikatu (por. przykład 1). Odbiorca przyjmuje propozycję nadawcy i uzupełnia ją o własne doświadczenia.

Podobnie jest z punktem widzenia rozumianym jako postawa aksjologiczna, sposób postrzegania danego obiektu. Nadawca naprowadza odbiorcę na postrzeganie danego elementu rzeczywistości w taki sposób, w jaki on sam go postrzega (nawet gdy jego celem nie jest perswazja). Jest to konieczne, by odbiorca zrozumiał sens komunikatu. Należy wyraźnie podkreślić, że przyjęcie punktu widzenia nadawcy nie jest tożsame z jego **akceptacją**. Istotne jest, że odbiorca ma swój własny punkt widzenia i w procesie interpretacji wypowiedzi zestawia go z punktem widzenia nadawcy, z którym może się zgodzić lub odrzucić go. W dalszej części rozmowy może to doprowadzić do negocjacji punktu widzenia (wynegocjowania wspólnego sposobu postrzegania danego elementu rzeczywistości). „Zwycięstwo” któregoś ze sposobów postrzegania świata sprawia, że jest on powtarzany, co po pewnym czasie może doprowadzić do jego utrwalenia, a więc – **konwencjonalizacji**.

Konieczność przyjęcia perspektywy nadawcy w celu prawidłowego zrozumienia komunikatu⁴¹ potwierdzają przypadki nieporozumień, do jakich może dojść, gdy odbiorca dokona interpretacji wypowiedzi bez uwzględnienia różnicy między swoim punktem widzenia a punktem widzenia nadawcy, co uwiadcniają poniższe przykłady:

(2) *Z lewej strony widać zabytkowe domy* (rozmówcy odwróceni są do siebie plecami).

wzajemnie to samo ogniwo łańcucha wyobrażeń zmysłowych i wewnętrznych wytworów pojęciowych, uderzają w ten sam klawisz swego duchowego instrumentu, w wyniku czego u każdego pojawiają się odpowiednie, nie te same jednak pojęcia. Tylko w tych granicach i z tymi różnicami dochodzą do tego samego słowa. Przy nazwie najzwyklejszego przedmiotu, np. konia, wszyscy mają na myśli to samo zwierzę, każdy jednak podstawia pod to słowo inne wyobrażenie, bardziej zmysłowe czy bardziej racjonalne, żywsze niż wyobrażenie rzeczy lub bliższe martwym znakom itp.” [Humboldt 2001: 189].

⁴¹ Przez *prawidłowe* zrozumienie komunikatu rozumiem tu rozumienie zgodne z oczekiwaniami (intencjami) nadawcy (czyli *odczytanie preferowane*, kodowane, jak twierdzi Stuart Hall, w komunikacie przez nadawcę).

(3) *To mój przystanek. Pamiętaj, sklepu wypatruj po prawej stronie* (nadawca stoi przodem do kierunku jazdy, odbiorca – tyłem).

W obu przypadkach spojrzenie przez odbiorcę z jego własnego punktu widzenia sprawi, że źle zrozumie komunikat, co będzie miało konkretne pragmatyczne konsekwencje (w (2) nie zobaczy zabytkowych domów, a w (3) przegapi sklep i nie wysiądzie z tramwaju/autobusu w odpowiednim miejscu). Ułatwieniem mogłaby być wskazówka pozostawiona przez nadawcę:

(4) *Z mojej lewej strony widać zabytkowe domy.*

(5) *To mój przystanek. Pamiętaj, sklepu wypatruj po mojej prawej stronie.*

Zdania (2) i (3) są przykładem ciekawego zjawiska – dowodzą, że ustalenie wspólnego punktu widzenia (w tym przypadku byłby on tożsamy z punktem obserwacji) jest konieczne dla prawidłowego zrozumienia komunikatu, jednak nie musi to być punkt widzenia nadawcy. Przyjęcie przez mówiącego perspektywy odbiorcy wydaje się w tego typu sytuacjach dużo bardziej praktyczne:

(6) *Z twojej prawej strony widać zabytkowe domy.*

(7) *To mój przystanek. Pamiętaj, sklepu wypatruj po swojej lewej stronie.*

Powyższe przykłady pokazują, że w przypadku punktu widzenia rozumianego w sensie przestrzennym istnieją dwie możliwości osiągnięcia porozumienia – przyjęcie przez odbiorcę perspektywy nadawcy lub odwrotnie (zależnie od tego, które rozwiązanie uznamy za bardziej praktyczne w danej sytuacji).

1.7. Zmiana punktów widzenia. Teoria empatii

Bardzo ciekawe wyjaśnienie możliwości szybkiej zmiany punktów widzenia (dającej wrażenie przyjmowania dwóch punktów widzenia jednocześnie) zaproponował Adam Głaz w artykule *Wielość punktów widzenia – następstwo czy równoczesność?* [Głaz 2004: 73–85]. Autor powołuje się w nim na znane w psychologii poznania zjawisko tzw. **hamowania wstecznego**. Polega ono na nakładaniu się bodźców późniejszych na wcześniejsze, co autor eksplikuje następująco:

jeśli zgaśnie światło, gdy kogoś obserwujemy, obraz tej osoby pozostanie przez chwilę przed naszymi oczami, po czym stopniowo zniknie. Lub jeśli trzymanym w wyciągniętej dłoni ołówkiem będziemy wykonywać na tle białej ściany energiczne ruchy w lewo i w prawo, powstanie wrażenie drogi, jaką ołówek przebywa podczas tego ruchu [Głaz 2004: 82–83].

Efekt taki jest możliwy dzięki istnieniu tzw. *pamięci ultrakrótkiej* (inaczej sensorycznej), która jest „buforem poznawczym, umożliwiającym przetrzyma-

nie bodźców przez krótki czas, potrzebny do wykonania prostych operacji, polegających na wyodrębnieniu cech fizycznych oraz na usunięciu z obrazu tych cech, które są nietypowe lub błędne” [Maruszewski 2001: 134]. Według A. Głaza można przeprowadzić analogię między tymi zjawiskami a błyskawiczną zmianą punktów widzenia (w cytowanym artykule autor analizuje przykład niemal jednoczesnego przyjmowania przez czytelnika książki własnego punktu widzenia i punktu widzenia bohatera). Podobnie może być w przypadku dowolnej sytuacji komunikacyjnej – odbiorca komunikatu przyjmuje punkt widzenia nadawcy, by błyskawicznie wrócić do własnego punktu widzenia. Dzięki temu jest w stanie dokonać szybkiej analizy i zaakceptować bądź odrzucić sposób postrzegania obiektu (sytuacji) zaproponowany przez nadawcę.

Koncepcja przekazywania punktu widzenia między uczestnikami komunikacji nie jest niczym nowym. Bardzo ciekawie rysuje się ona w tzw. **teorii empatii** (oraz **teorii języka jako symulatora**). Jarosław Płuciennik wiąże kategorię punktu widzenia (traktowaną synonimicznie z *perspektywą*) z pojęciem tzw. *empatii poznawczej* (*cognitive empathy*), o której pisze, że jest to „reprezentacja stanu obserwowanego podmiotu, przejęcie jego perspektywy” [Płuciennik 2004: 204]. Zjawisko to najbardziej uwidacznia się, zdaniem badacza, w przypadku narracji spersonalizowanej, mowy pozornie zależnej, fokalizacji oraz presupozycji, wynika jednak z ogólnego charakteru komunikacji międzyludzkiej. Za Danem Sperberem J. Płuciennik stwierdza, że

to, co jest osiąganę przez ludzką komunikację, to zaledwie pewien stopień podobieństwa między reprezentacjami mentalnymi nadawcy i odbiorcy teksów. Ścisłe podobieństwo czy identyczność jest raczej krańcowym przypadkiem komunikacji. Proces komunikacji polega na transformowaniu przedstawień. Szansę na zaistnienie w kulturze mają tylko takie reprezentacje, które są powtarzalnie komunikowane i minimalnie przetransponowane w procesie komunikacji [Płuciennik 2004: 209].

i dalej:

komunikacja, tak jak ją rozumiem za Sperberem, posługuje się złożonymi reprezentacjami kulturowymi, język zaś jest nierozłącznie związany nie tylko z komunikacją intelektualną, z przekazywaniem tzw. „myśli”, ale także z postawami, przekonaniem, emocjami i... punktami widzenia [Płuciennik 2004: 210].

Wprawdzie omawiane zjawisko empatycznej identyfikacji autor analizuje przede wszystkim na przykładach literackich (identyfikując w nich wskaźniki formalnej reprezentacji ludzkiej podmiotowości, jak choćby hiperbole, wykrzyknienia, nagromadzenia, przeciwstawienia, apostrofy), jednak wyraźnie daje do zrozumienia, że koncepcję tę można (a nawet należy) rozciągnąć na całą komunikację.

Widać to choćby w przytaczanych przez niego rozważaniach M. Bachtina (ujętych w *Problemie gatunków mowy*), według którego

wszelkie rozumienie żywej mowy, żywej wypowiedzi, ma charakter aktywnie odpowiadający (choć stopień tej aktywności bywa najzupełniej różny); wszelkie rozumienie jest brzemienne w odpowiedź i zawsze, w taki czy inny sposób, daje jej początek: słuchający staje się mówiącym. Pasywne rozumienie znaczenia słuchanej mowy to tylko abstrakcyjny składnik realnego, całościowego, aktywnie współodpowiadającego rozumienia, które aktualizuje się w następującej za nim realnej, głośniejszej odpowiedzi [cyt. za: Płuciennik 2002: 115].

Współzależność między wypowiedziami w akcie komunikacji M. Bachtin wiąże ze sposobem postrzegania świata:

mówiąc, zawsze uwzględniam tło aperceptywne, na którym adresat przyjmie moją mowę: czy i na ile orientuje się on w sytuacji, czy posiada specjalistyczną wiedzę z zakresu danej dziedziny obcowania kulturowego, jakie ma poglądy, przekonania, uprzedzenia (z mojego punktu widzenia), sympatie i antypatie. Wszystkie te czynniki determinują potem aktywne współodpowiadające rozumienie mojej odpowiedzi. Zdecydują one również o wyborze gatunku wypowiedzi, chwytów kompozycyjnych i środków językowych, tzn. o jej stylu [cyt. za: Płuciennik 2002: 116].

Z powyższego fragmentu wynika, że nadawca, zanim skonstruuje komunikat, bierze pod uwagę wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania odbiorcy – to wszystko, co nazywam punktem widzenia. Takie rozumowanie jest sprzeczne z postawioną tezą, że to odbiorca przyjmuje punkt widzenia nadawcy, by zrozumieć wypowiedź. Wydaje się, że M. Bachtin nie do końca ma rację – ludzie stosunkowo często mają tendencję do zakładania z góry, że odbiorca dysponuje taką samą wiedzą, jak oni sami, co często prowadzi do nieporozumień w trakcie komunikacji. Oczywiście, branie pod uwagę stanu wiedzy czy przekonań odbiorcy jest korzystne ze względu na aspekt pragmatyczny (o czym dowodzą przykłady zdań (2) i (3)), jednak w praktyce bywa pomijane⁴².

Nawet w teorii empatii uwidacznia się trudność (czy raczej wręcz niemożność) wyzbicia się własnego punktu widzenia. Zakłada ona bowiem również zdolność nadawcy do zmiany punktu widzenia jako identyfikację z obiektem obserwacji lub podmiotem, o którym się opowiada, co J. Płuciennik eksplikuje na przykładzie wiersza Wisławy Szymborskiej *Kot w pustym mieszkaniu*. Nadawca tekstu (jest to jego narrator, nie zaś sama Szymborska) przyjmuje perspektywę⁴³

⁴² W tym miejscu nasuwa się skojarzenie ze zjawiskiem nazwanym przez A. Awdiejewa podczas jednego ze spotkań z cyklu *Rozmowy o Komunikacji* „syndromem Kowalskiego” – pytając o drogę, zagubiony podróżny najczęściej otrzymuje w odpowiedzi porady typu: „prosto tą drogą, a za domem Kowalskiego w prawo”. A. Awdiejew uważa, że zakładanie z góry identyfikacji wiedzy odbiorcy z własną wiedzą jest zjawiskiem powszechnym. Kwestia jednak nie została jeszcze zbadana, stąd też należy traktować moją polemikę z M. Bachtinem zaledwie jako **czysto intuicyjne** przypuszczenie, poparte jedynie własnymi obserwacjami (oraz opinią A. Awdiejewa). Warto zaznaczyć, że wszelkie tendencje są efektem uogólnień, które nie muszą być prawdziwe w odniesieniu do konkretnych jednostek, a postawa zakładająca z góry identyfikację wiedzy nadawcy i odbiorcy może mieć związek z pewnymi cechami nadawcy (np. wiek, płeć, wykształcenie, osobowość itp.).

⁴³ Pozostają przy proponowanym przez J. Płuciennika synonimicznym traktowaniu perspektywy i punktu widzenia.

kota, **identyfikuje się** z nim. Wciąż jednak jest to tak naprawdę jego punkt widzenia, ponieważ nie jest on kotem. Ważne jest tu określenie „identyfikuje się”, gdyż (na co zwraca również uwagę J. Płuciennik) identyfikacja nie jest równoznaczna z **identycznością**. Tu właśnie leży całe sedno sprawy – narrator w tym utworze jedynie identyfikuje się z kotem. Można więc powiedzieć, że sposób przedstawiania zdarzeń w tekście to punkt widzenia nadawcy dotyczący tego, jak wygląda punkt widzenia kota⁴⁴. Tak narrator **wyobraża** sobie percepcję i odczuwanie kota⁴⁵. Nadawca (abstrahując już od przykładu wiersza W. Szymborskiej) nie może wyzbyć się własnego punktu widzenia, ponieważ wymagałoby to jego pełnego utożsamienia z owym *innym*, którego perspektywę miałby przejąć. Pełne utożsamienie zaś jest fizycznie niemożliwe.

Rozumienie wypowiedzi przez odbiorcę wymaga więc jego identyfikacji z nadawcą. J. Płuciennik wspomina w tym kontekście o pojęciu **symulacji**, które, jego zdaniem, najlepiej oddaje sytuację, w jakiej znajduje się odbiorca komunikatu. Zgodnie z tą koncepcją

symulacja oznacza mentalną próbę postawienia się na miejscu drugiego człowieka. Najkrócej można ją zdefiniować także jako pogląd, że nasze rozumienie innych nie jest osiąganę przez automatyczne zastosowanie jakiejś „teorii”, budowanej *ad hoc*, pozwalającej na wnioskowanie, jakie myśli i intencje wyjaśniają działania innych ludzi, ale poprzez przeżycie sytuacji innych, „w ich skórze”, albo z ich punktu widzenia i przez to samo zrozumienie przedmiotu przeżycia i myśli innych. Symulacja może zachodzić bez udziału świadomości. Jeśli widzimy przestrasz na twarzy bliźniego, „rozumiemy”, że jest on przestraszony, bo automatycznie symulujemy mentalnie jego sytuację, „wchodzimy w jego skórę”, stawiamy się w jego sytuacji [Płuciennik 2002: 35].

Niezwykle istotne jest podkreślanie w teorii empatii i symulacji znaczenia przejmowania perspektywy *innego*⁴⁶ dla zrozumienia tegoż *innego*. Wszystko wskazuje na to, że bez spojrzenia na świat z punktu widzenia rozmówcy

⁴⁴ Według J. Płuciennika punkt widzenia narratora i punkt widzenia kota w omawianym wierszu tworzą amalgamat conceptualny, którego „istotą są mechanizmy identyfikacji” [Płuciennik 2004: 206]. Mielibyśmy więc do czynienia z pewnym połączeniem, kontaminacją punktów widzenia. O wyobrażeniach dotyczących punktu widzenia *innego* piszę także w rozdziale 3 przy okazji charakteryzowania sytuacji komunikacyjnej w mediach.

⁴⁵ Podobnie jest w przypadku przytaczanych wyżej, a zaproponowanych przez Renatę Grzegorzewską, formuł *Zdaniem/Według X-a...*. Dzięki zdolności człowieka do wyobrażania sobie punktu widzenia *innego* mogą powstawać m.in. przekazy reklamowe przedstawiające punkt widzenia nadawcy tak, jak by to był punkt widzenia odbiorcy – potencjalnego konsumenta reklamowanego produktu (w ten sposób próbuje się przekonać adresata komunikatu, że produkt odpowiada na jego potrzeby). Potwierdza to potencjał perswazyjny tkwiący w komunikowaniu punktów widzenia.

⁴⁶ Wprawdzie teoria ta skupia się głównie na współodczuwaniu emocji, ale odnosi się także w wielu miejscach do empatii poznawczej, a więc do przejmowania perspektywy drugiej osoby.

nie można go w pełni zrozumieć⁴⁷. Potwierdzają to słowa cytowanego już W. von Humboldta, który uważa, że

wtapiając się w każdą ekspresję psychiki, już choćby z tego powodu język częściej odtwarza stale jednakowe, indywidualne nacechowanie. Sam jednak również jest połączony tak subtelną i głęboką więzią z indywidualnością, że musi ją ustawicznie podłączać do psychiki słuchającego, by zostać w pełni zrozumianym. Całą indywidualność mówiącego przenosi zatem do rozmówcy, nie po to, by stłumić jego indywidualność, lecz by z cudzej i własnej indywidualności utworzyć nowe, owocne przeciwieństwo [Humboldt 2001: 196].

Owo przeciwieństwo byłoby więc proponowaną przez J. Płuciennika „konkurencją obrazów świata”.

Kategoria punktu widzenia i zagadnienie jego zmiany rozpatrywane były również przez psychologię rozwojową. Na jej ustalenia⁴⁸ powołuje się m.in. Zbysław Muszyński, próbując określić znaczenie punktu widzenia dla życia psychicznego człowieka. Wyniki badań wskazują według niego na związek między empiryczną zdolnością do operowania punktem widzenia a rozwojem zdolności językowych:

wyniki eksperymentów psychologii rozwojowej wskazują na dość późne kształtowanie się zdolności dziecka do przyjmowania cudzego punktu widzenia. Wynika to z opisu faktów językowych dotyczących umiejętności posługiwania się przez dzieci zaimkami: „ja”, „on”, „ty”. Umiejętność ta związana jest ze zdolnością do przyjęcia punktu widzenia drugiego. To z kolei związane jest ze zdolnością przestrzennego lokowania punktów widzenia zajmowanych przez drugą osobę. Zdolność taką zdobywają dzieci w wieku dziewięciu miesięcy, na długo przed opanowaniem zaimków osobowych. [...] Kłopoty w opanowaniu zaimków osobowych związane są z trudnościami przyjęcia perspektywy przestrzennej drugiej osoby, co cechuje dzieci autystyczne [Muszyński 2004: 37]

i dalej:

badania nad empirycznie (psychologicznie) pojmowaną kategorią punktu widzenia wskazują na jej doniosłość w prawidłowym rozwoju człowieka [Muszyński 2004: 38].

Związek między rozwojem zdolności językowych a umiejętnością przyjmowania cudzego punktu widzenia jest szczególnie ważny dla moich rozważań.

⁴⁷ Tu warto po raz kolejny zacytować J. Płuciennika: „jeśli uwzględnimy obecność empatii w zachowaniach językowych, język staje się podobny do symulatora wirtualnej rzeczywistości. Użytkownik języka musi się zgodzić na świat widziany przez innego użytkownika (w myśl tej metafory: przez jego gogle i jego rękawice), aby w ogóle móc zrozumieć innego. Dyskurs jest światem wspólnym wszystkich użytkowników (co nie wyklucza dialogu i niezgody, jak również swoistej konkurencji obrazów świata)” [Płuciennik 2002: 142–143].

⁴⁸ Chodzi głównie o badania Yuriko Oshimy-Takane, opublikowane w: Y. Oshima-Takane, *The Learning of First and Second Person Pronouns in English*, [w:] R. Jackendorff, P. Bloom, K. Wynn (eds), *Language, Logic, and Concepts. Essays in Memory of John Macnamara*, The MIT Press, Cambridge, MA, London, England 1999, s. 373–410 [przyp. za: Muszyński 2004: 37].

Świadczy bowiem o nieuniknionym charakterze zmiany punktu widzenia w akcie komunikacji. Niezdolność do spojrzenia na świat oczami drugiego człowieka w znacznym stopniu utrudnia komunikowanie, co widać na wspomnianym przez Z. Muszyńskiego przykładzie dzieci autystycznych. Do takiego wniosku musi nieuchronnie prowadzić przyjęcie założenia, że każda wypowiedź zawiera jakiś punkt widzenia, bez względu na to, czy jego „właścicielem” jest nadawca, czy inna osoba, a jest to jedno z głównych założeń niniejszego opracowania.

1.8. Perswazyjne oddziaływanie za pomocą punktu widzenia

Ważną kwestią, dotąd jedynie przeze mnie zaznaczoną, jest oddziaływanie za pomocą punktu widzenia. Potencjału perswazyjnego takiego działania dowodzą wspomniane wyżej reklamy przedstawiające sposób postrzegania świata przez nadawcę tak, że odbiorca mógłby go przyjąć jako swój własny (nadawca liczy więc na empatię odbiorcy i jego czynności identyfikacyjne). Zagadnienie to wiąże się jednak również ze zjawiskiem etykietowania – nazwy-etykiety są dopasowywane do obiektów w sposób subiektywny, sygnalizujący punkt widzenia nadawcy. Ich obecność może wpływać na sposób postrzegania danego obiektu przez odbiorcę. Dowodzą tego cytowane przez Tomasza Maruszewskiego [Maruszewski 2001: 324–326] wyniki badań przeprowadzonych przez Douglasa Medina i Williama Wattenmakera. Badanym przedstawiono rysunki postaci ludzkich i informowano, że ich autorami są grupy dzieci podzielonych ze względu na różne kryteria (dzieci twórcze i nietwórcze; dzieci z zaburzeniami emocjonalnymi i bez zaburzeń; dzieci mieszkające na wsi i mieszkające w mieście). Zadaniem badanych było wskazywanie cech różniących rysunki dzieci z poszczególnych grup. Efektem było wskazywanie za każdym razem innych cech różniących rysunki, w zależności od etykiety grupy.

Badanie Medina i Wattenmakera wykazało, że z tego samego zestawu cech można wybierać różne bodźce charakteryzujące obiekt lub pojęcie w zależności od jego nazwy. Jest to dowód na istnienie różnic w postrzeganiu elementów świata pod wpływem różnych bodźców w postaci nazw-etykietek.

T. Maruszewski rozciąga wnioski z przedstawionych powyżej badań również na obiekty społeczne:

analogicznie będzie przedstawiała się sprawa w wypadku pojęć odnoszących się do obiektów społecznych. Wyobraźmy sobie, że tę samą grupę ludzi raz określa się za pomocą etykiety „uzależnieni” a raz „ćpuny”. Faktycznie etykiety oznaczają tę samą grupę, ale raz jest to etykieta względnie neutralna, innym razem silnie oznakowana emocjonalnie. Za każdym razem ludzie wyodrębniają ze zbioru dostępnych im cech zupełnie inne właściwości [Maruszewski 2001: 326].

Stąd właśnie bierze się siła oddziaływania za pomocą punktu widzenia – narzuca on bowiem innym sposób postrzegania świata.

Nieodłącznym składnikiem punktu widzenia, rozumianego jako sposób postrzegania danego obiektu, jest **wartościowanie**. Wiąże się to m.in. z faktem, że, podobnie jak punkt widzenia, aksjologiczne nacechowanie występuje w każdej bez wyjątku wypowiedzi. Pogląd ten wyraził w szkicu *Wartościowanie w badaniach literackich a język potoczny* Michał Głowiński, pisząc, że

ustanawianie czy nadawanie wartości, wprowadzanie współczynnika aksjologicznego, jest stałym komponentem naszego mówienia, wszelkiego mówienia. Mówię nie tylko o faktach, nie tylko wyrażam swoje przekonania, ujmuję je także w pewne wartościujące schematy i – jakże często – owego współczynnika wartościującego nie muszę bezpośrednio tematyzować, a wielokrotnie przywołuję go w sposób niezamierzony i nieświadomy. Dzieje się tak dlatego, że materia, z której buduję zdania: słowa, utarte zwroty frazeologiczne są już z góry wartościami nasycone, a w każdym razie nie są z tego punktu widzenia neutralne [cyt. za: Bartmiński 2006: 134].

Owo nasycenie wartościami bierze się stąd, że sama kategoryzacja świata jest umotywowana aksjologicznie. Jak stwierdza Jerzy Bartmiński, „wartości są obecne na tym poziomie konceptualizacji zjawisk i rzeczy, na którym dokonuje się ich wstępnego rozpoznawania i zaszeregowania, stanowią czynnik sterujący procesem kategoryzacji” [Bartmiński 2006: 143]. Wiąże się to ze wspomnianą wyżej koncepcją spostrzegania *top-down*, według której o tym, co odbieramy z otoczenia, decyduje nasz mózg, wybierając tylko informacje przydatne w danej chwili. Właśnie owa przydatność, a więc zgodność z aktualnymi celami, wpływa na nadanie wartości poszczególnym informacjom o świecie. Takie uporządkowanie zaś można „zaszczepić” w innym człowieku, przekazując mu swój punkt widzenia.

Rozważania o perswazyjnej sile tkwiącej w przekazywaniu sposobu postrzegania świata nieuchronnie muszą prowadzić do konstatacji, że komunikacja jest nie tylko konkurencją punktów widzenia, ale także rywalizacją **obrazów świata**. Przytaczane wyżej ustalenia psychologii poznawczej wyraźnie wskazują na istnienie takiego obrazu. Wynika to między innymi z popularnego poglądu, że w procesie poznania człowiek konstruuje rzeczywistość, nie zaś wiernie ją odwzorowuje.

Jerzy Bartmiński definiuje obraz świata jako „zawartą w języku **interpretację** rzeczywistości, którą można ująć w postaci sądów o świecie. Mogą to być sądy bądź to utrwalone w samym języku, w jego formach gramatycznych, słownictwie, kliszowanych tekstach (np. przysłów), bądź to przez formy i teksty języka implikowane” [Bartmiński 2006: 76–77].

Nacisk, jaki powyższa definicja kładzie na element **interpretacji**, zgadza się z ustaleniami psychologii poznawczej dotyczącymi procesu spostrzegania. Jak wykazano, jego nieodzownym elementem jest przetwarzanie informacji, a więc właśnie interpretacja. To ona decyduje o sposobie postrzegania świata, a zatem także wpływa na wszystkie późniejsze wypowiedzi podmiotu postrzegania. Wypowiedzi te z kolei można traktować jako owe sądy o świecie, o których pisał

J. Bartmiński. Każdy z tychże sądów jest nośnikiem danych dotyczących punktu widzenia nadawcy, stąd też językowy obraz świata uznać można za wyraz punktu widzenia danego użytkownika języka.

W podobnym tonie wypowiada się Jolanta Maćkiewicz, wskazując funkcje, jakie pełni obraz świata⁴⁹ w procesie poznania. Są nimi: interpretowanie rzeczywistości i regulowanie stosunku podmiotu poznania do niej (obraz świata dotyczy zatem nie tylko myślenia, ale również działania) [Maćkiewicz 1999: 52]. Funkcja regulująca działanie jest bardzo istotna, ponieważ dowodzi, że oddziaływanie między pozajęzykowymi formami aktywności człowieka a obrazem świata nie jest jednokierunkowe (czyli nie tylko działalność człowieka wpływa na kształt obrazu świata, jakim dysponuje, ale również sam obraz świata może determinować zachowania – przypomina to sygnalizowaną wyżej w niniejszej pracy zależność między gotowością percepcyjną a danymi zmysłowymi).

Miejsce językowego obrazu świata w ludzkiej kognicji wiąże się także ze zjawiskiem kategoryzacji. Według J. Maćkiewicz

kategoryzacja to nie tylko narzędzie porządkowania. Porządkowaniu towarzyszy nieodłączna od niego interpretacja. Widzenie świata jest zawsze widzeniem w określony sposób, z określonej perspektywy. Wiąże się z tym omówiony wcześniej obiektywno-subiektywny charakter kategoryzacji, nieodzowny przy ich tworzeniu element wyboru. [...] I tak kategoryzacja – mechanizm porządkujący i wstępnie interpretujący dane doświadczenie – przyczynia się do budowania obrazu świata umożliwiającego człowiekowi poruszanie się w otaczającym go chaosie [Maćkiewicz 1999: 53].

Można uznać, że kategoryzacja jest wręcz zasadą organizującą obraz świata, a sam obraz świata jest jej koniecznym efektem. Wiąże się to oczywiście z subiektywnością kategoryzacji (nawet mimo kulturowej konwencjonalizacji), a co za tym idzie – również z punktem widzenia podmiotu postrzegania.

Podsumowanie

Konkludując, zgadzam się, że obserwacja i konceptualizacja **nie są tym samym** i nie należy traktować ich jak jednego zjawiska. Obserwacja jednak jest powiązana z konceptualizacją mentalną, występują one niemal⁵⁰ równocześnie. Odpowiednią ilustracją tego stwierdzenia są słowa Anny Rzepkowskiej, łączące punkt obserwatora z punktem widzenia: „Aby można było mówić o punkcie wi-

⁴⁹ Istnieje nie tylko językowy, ale i konceptualny obraz świata, zawierający także niezwerbalizowane kategorie. J. Maćkiewicz pisze o nim: „konceptualny obraz świata bogatszy jest od językowego, jako że przy jego tworzeniu współdziałają różne typy myślenia, nie tylko myślenie językowe czy ujęzykowane” [Maćkiewicz 1999: 53].

⁵⁰ „Niemał” równocześnie, ponieważ sensowne wydaje się założenie, że najpierw trzeba coś zaobserwować, a dopiero ułamki sekund później można to analizować – w tym momencie właśnie uwidacznia się oddzielność pojęć (i zarazem czynności) *obserwacja* i *konceptualizacja*.

dzenia, obiekt musi zaistnieć sensorycznie⁵¹, musi zostać wprowadzony do bazy doświadczeń odbiorcy. Następnie zachodzi przejście od percepcji okazu poprzez kategoryzację powstałego obrazu jako typu ontologicznego. Możemy mówić wtedy o przyłączeniu aspektu mentalnego oglądu rzeczywistości” [Rzepkowska 2004: 145]. Z kolei Jerzy Bartmiński i Stanisława Niebrzegowska-Bartmińska, wskazując na związek między kategoriami obserwatora i komentatora (interpretatora), powołują się na stan badań z zakresu psychofizjologii widzenia – „na przykład dr Anna Nowicka z Pracowni Psychofizjologii Instytutu Biologii Doświadczalnej im. Nenckiego PAN stwierdza: »zjawisko widzenia nie sprowadza się do prostego układu optycznego. Nie polega na tym, że obraz widzianego przedmiotu jest „wyświetlany” w naszym mózgu. Bardzo ważny jest element interpretacji«” [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2004: 334].

Magdalena Zawisławska, analizując stan badań nad czasownikami oznaczającymi percepcję wzrokową, odnosi się do koncepcji Niny Arutjunovej, według której nie należy rozdzielać aktu percepcji od konceptualizacji:

zdaniem autorki omawianej pracy [*Tipy językowych znaczeń* – przyp. R.S.] istnieje pewien kognitywny cykl rozwijający się od percepcji wizualnej do poznania – wiedzy o świecie. Arutjunova wyróżnia następujące operacje mentalne, towarzyszące postrzeganiu: taksonomię, polegającą na zaklasyfikowaniu obiektu do klasy, identyfikację obiektu, interpretację obiektu, wyprowadzenie implikacji na podstawie wiedzy o ciągu przyczynowo-skutkowym [Zawisławska 2004: 20].

Jest to eksplikacja procesu poznania zgodna z przedstawionymi wyżej założeniami współczesnej psychologii poznawczej. Dlatego też będę traktował **obserwatora jak konceptualizatora**, abstrahując od teoretycznych sytuacji, w których obserwator mógłby nie być tożsamy z konceptualizatorem.

Konceptualizacja danych dostarczanych przez narządy zmysłów jest porządkowaniem doświadczenia jednostki – kategoryzowaniem spostrzeganych obiektów, zjawisk, zdarzeń, abstrahowaniem w celu skonfrontowania ze schematami, którymi podmiot poznania dysponuje, czy wreszcie dostrajaniem owych schematów do konkretnych sytuacji. Tak wygląda proces kognicji w ujęciu zasady *bottom-up*. Psychologia poznawcza wypracowała jednak również zasadę odwrotną – *top-down*, według której poznanie sterowane jest odgórnie przez umysł (to, co spostrzegamy, uzależnione jest do pewnego stopnia od tego, czego się spodziewamy, a więc od naszej **gotowości percepcyjnej**).

Tym samym można uznać, że proces kognicji zatacza krąg – nasze oczekiwania, cele, przesady i uwarunkowania kulturowe wpływają na odbiór danych zmysłowych, z kolei informacje pochodzące z narządów zmysłów mogą modyfikować późniejszą gotowość percepcyjną (choćby przez zmianę kategorii, którymi dysponujemy, lub powoływanie nowych pojęć).

⁵¹ „Istnienie sensoryczne” obiektu poznajemy zawsze z jakiegoś punktu obserwacji [przyp. – R.S.].

Zwrócenie uwagi na **podmiotowość i aktywność ludzkiego poznania** było niezwykle istotne dla rozważań w tym rozdziale. Wiąże się bowiem bezpośrednio z zagadnieniem punktu widzenia. Jednostkowy i niepowtarzalny charakter doświadczeń sprawia, że każdy człowiek znajduje się sam w swoim świecie. Konstruuje obraz rzeczywistości na podstawie procesu, który, jak wykazano, jest wysoce subiektywny (nawet mimo możliwości ulegania wpływom kulturowym). Skutkuje to niemożnością wyzbycia się własnego punktu widzenia.

Konsekwencją takiego założenia jest oczywista konstatacja, że każda wypowiedź musi nosić znamiona podmiotowości, a więc również jednostkowego sposobu postrzegania świata. **Zrozumienie komunikatu wymaga więc od odbiorcy przyjęcia punktu widzenia nadawcy** (spojrzenia na świat przez jego „gogle”, jak chce cytowany wyżej Jarosław Płuciennik). Odbywa się to błyskawicznie (być może dzięki istnieniu pamięci ultrakrótkiej) i nie jest całkowite (jak wskazuje **teoria empatii**, przyjęcie perspektywy innego wymaga **identyfikacji** z owym innym, ale nie identyczności, która zresztą jest fizycznie niemożliwa), ani permanentne, tzn. odbiorca poddaje punkt widzenia nadawcy krytycznemu osądowi, porównując go ze swoim stanem wiedzy lub przekonaniami. Może następnie przyjąć narzuconą przez autora komunikatu perspektywę, zmodyfikować ją lub całkowicie odrzucić. W dwóch ostatnich przypadkach dochodzi do negocjacji punktu widzenia.

Takie rozumienie wymiany perspektyw wiąże się z przyjęciem koncepcji **komunikacji jako nieustannej rywalizacji punktów widzenia** (a, co za tym idzie, również obrazów świata). Większa powtarzalność przy mniejszej liczbie transformacji jest wyznacznikiem siły danego sposobu postrzegania świata. Tym samym często powtarzane punkty widzenia utrwala się i nabierają znamion kulturowej konwencjonalizacji. Stąd też można by wyróżniać punkty widzenia **konwencjonalne i osobiste**⁵².

Wspomniana rywalizacja wynika z fundamentalnego założenia – że komunikujemy się, **narzucając sobie wzajemnie swoje punkty widzenia**. Czyni to komunikację procesem agresywnym, nasyconym wartościowaniem i autorytaryzmem⁵³.

⁵² Można by, gdyby nie wskazane wyżej trudności metodologiczne. Ich rozwiązaniem może być jednak badanie statystyczne – skoro konwencjonalizują się punkty widzenia często powtarzane, to częstotliwość występowania ich wyznaczników (bezpośrednio lub pośrednio wskazujących na ich obecność) mogłaby stanowić wskaźnik ich kulturowego utrwalenia.

⁵³ Po raz kolejny należy tu odwołać się do Andrzeja Kudry koncepcji komunikacji apodyktycznej.

Rozdział 2

PUNKT WIDZENIA W METAFORZE

2.1. Zjawiska podobieństwa i profilowania

W poprzednim rozdziale ustalona została rola perspektywy w ludzkim procesie poznania. Znaczenie doświadczeń zawsze podlega określonej perspektywie, którą w każdym akcie komunikowania podmiot poznania narzuca innym uczestnikom komunikacji.

Z punktem widzenia wiąże się jeszcze jedno ważne zjawisko. Jak wspomniałem w rozdziale pierwszym, wśród podstawowych zdolności kognitywnych człowieka Ronald Langacker wyróżnia m.in. umiejętność porównywania zjawisk i wskazywania ich podobieństw (lub różnic) [por. Langacker 1995: 67]. Owa predyspozycja umysłu leży u podstaw całego zjawiska kategoryzacji. Bez niej człowiek nie byłby w stanie zaliczać spostrzeganych przez siebie zdarzeń czy obiektów do określonych pojęć, nie mógłby również posługiwać się schematami, o których pisał David Rumelhart (istotą ich funkcjonowania bowiem jest rozpoznawanie danej sytuacji jako przykładu konkretnego schematu, a to wymaga identyfikacji podobieństw między sytuacją a schematem).

Na umiejętności zestawiania ze sobą obiektów, zdarzeń, pojęć itd. opierają się całe procesy kojarzenia (zatem również asocjacje i bisocjacje, bez których postęp naukowy już dawno zostałby zahamowany) oraz operacje związane z wyobraźnią. Jeśli przyjąć za cytowaną w poprzednim rozdziale Agnieszką Liburą, że bez wyobraźni niemożliwe stałoby się istnienie schematów wyobrażeniowych oraz tworzenie metafor i metonimii [por. Libura 2000: 27], to okazuje się, że zdolność porównawcza jest jedną z najważniejszych umiejętności mentalnych człowieka.

Skoro umiejętność wskazywania podobieństw jest tak ważna, warto zastanowić się nad samym zjawiskiem podobieństwa. Jak się okazuje, nie jest ono wcale obiektywne, co zbliża je do kluczowej dla mojej pracy kwestii punktu widzenia.

Według Amosa Tversky'ego [Tversky 2007: 521–557] ocena podobieństwa dwóch obiektów odbywa się na zasadzie dopasowywania cech, czyli wskazywania cech wspólnych obiektów oraz ich cech dystynktywnych (w tym przypadku

– odróżniających jeden obiekt od drugiego, ale niekoniecznie od innych obiektów). Podobieństwo jest więc miarą cech wspólnych obiektów, natomiast różnica między obiektami jest miarą różnicy między ich zbiorami cech dystynktywnych.

Tversky wskazał również, że ocena podobieństwa może zależeć od kontekstu lub od punktu odniesienia (czyli dwa obiekty mogą się wydawać bardziej podobne do siebie nawzajem pod jakimś względem niż pod innym). Oznacza to, że miara podobieństwa nie jest wartością stałą, absolutną. Zmienia się w zależności od skupienia uwagi na konkretnej **przestrzeni cech**¹. Na przykład, dwa państwa mogą być bardziej do siebie podobne, jeśli weźmie się pod uwagę przestrzeń cech politycznych niż w przypadku, gdy trzeba określić ich podobieństwo pod względem gospodarczym lub geograficznym.

Porównywanie obiektów na jednej tylko przestrzeni cech sprawia, że inne cechy zostają pominięte, zepchnięte w cień. Umożliwia to manipulację sposobem postrzegania danego obiektu. Jest on bowiem oceniany na podstawie jednej tylko cechy (lub wiązki cech – zależy to od liczby jego cech wspólnych z obiektem, z którym jest porównywany, wciąż jednak pozostają inne, niewyrażone przestrzenie cech), ale brak eksplicytnego wskazania tejże cechy sugeruje całkowite podobieństwo do członu porównującego.

Po raz kolejny mamy więc do czynienia z dokonywaniem wyboru – nadawca wybiera, jaką przestrzeń cech dwóch obiektów potraktuje jako podstawę ich porównania. Podświetlanie niektórych cech przy jednoczesnym usuwaniu w cień innych wiąże się ze zjawiskiem **profilowania**, zasygnalizowanym przeze mnie w poprzednim rozdziale w związku z selektywnością procesu nominacji.

Profilowanie jest przedmiotem szczególnego zainteresowania zwłaszcza językoznawstwa kognitywnego. W ujęciu R. Langackera poprzez profilowanie użytkownik języka wyróżnia w obrębie domeny kognitywnej (zwanej **bazą**, ponieważ jest nadrzędna w stosunku do danego pojęcia) pewne elementy, które w danej chwili są ważniejsze od innych. Warto w tym miejscu przypomnieć cytowany już wyżej fragment artykułu Renaty Grzegorzczukowej, zgodnie z którym

profilowanie w sensie Langackerowskim to ujmowanie pola postrzeżeniowego lub pojęciowego (wiedzy o pewnym wycinku), tzw. bazy, z określonego punktu widzenia przez wyróżnienie (podświetlenie) pewnych elementów jako ważnych (desygnowanych), a usuwanie innych w cień, na dalszy plan, do tła [Grzegorzczukowa 1998: 11].

Wyrażnie podkreślany element uwypuklania części spośród elementów jest również wykorzystywany w nieco innej koncepcji profilowania.

¹ Terminem tym posługiwał się A. Tversky we wspomnianym wyżej artykule.

Przyjmijmy za Jerzym Bartmińskim, że

leksykograf powinien po pierwsze ustalić, jakie właściwości przedmiotu zostają w języku utrwalone [...], a po drugie – jakie czynniki kulturowe wpływają na powstanie takiej właśnie struktury wyobrażenia przedmiotu. Czynnikiem tymi są: wiedza o świecie, typ racjonalności, system wartości, przede wszystkim jednak – podmiotowy punkt widzenia przedmiotu. Tworzą one to, co w semantyce kognitywnej rozumie się pod pojęciem ramy interpretacyjnej słowa. Efektem działania wymienionych czynników jest ujęcie przedmiotu w pewien szczególny sposób, który określimy mianem profilu pojęcia [Bartmiński 2006: 89–90].

Podając przykład opisanego zjawiska, J. Bartmiński powołuje się na różne ujęcia znaczenia słów ‘lewica’ i ‘prawica’, wyróżnione ze względu na układ składników charakteryzujących tychże wyrazy. Można bowiem, mówiąc o ‘lewicy’ lub ‘prawicy’, uwydatniać ich program, postawy, związki personalne, wartości, co prowadzi do wyodrębnienia różnych profili (ujmując kwestię za J. Bartmińskim, można by wyróżnić profile: „programowy”, „postawowy”, „osobowy”, „aksjologiczny”). Ponieważ różne ujęcia przedmiotu są wynikiem tego, co traktuję jako punkt widzenia, można przyjąć, że profil danego pojęcia jest śladem czy też wyrazem punktu widzenia nadawcy. Kiedy więc mówiący profiluje np. aksjologiczne składniki charakteryzujące dane pojęcie, oznacza to, że postrzega dany obiekt pod kątem wartości, jakie się z nim wiążą (według nadawcy), i chce, by odbiorca również ów obiekt w ten sposób postrzegał².

Uwypuklenie jednej cechy obiektu i skupienie wokół niej dyskusji może prowadzić do oceny obiektu na podstawie jednej tylko heurystyki, co mogłoby być korzystne z punktu widzenia nadawcy. Odwraca się wówczas uwagę od pozostałych cech obiektu, nadając mu w wyobraźni rozmówców wyraźny kształt – taki, jaki chce nadawca. Oczywiście odbiorca wcale nie musi zgodzić się na takie postrzeganie dyskutowanego obiektu, łatwo jednak dać się „wciągnąć w pułapkę” zastawianą przez nadawcę. Wiąże się to bezpośrednio z omówioną wyżej koncepcją A. Tversky’ego, zgodnie z którą ludzie mają tendencję do ograniczania podobieństwa między obiektami do konkretnych przestrzeni cech.

Magdalena Zawisławska szczególnie nacisk kładzie na element usuwania w cień mniej ważnych w danym momencie cech pojęcia. Podaje ona przykłady czasowników oznaczających percepcję wzrokową, m.in. *niedowidzieć*. Elementem maskowanym w tym przypadku jest, jak stwierdza Zawisławska, obiekt percepcji. Rzeczywiście, czasownik ten profiluje czynność (czy może raczej stan) podmiotu postrzegania, skupia na nim uwagę zarówno nadawcy, jak i odbiorcy.

² Nadawca poprzez profilowanie tworzy określony językowy obraz przedmiotu, co odpowiada innej, niż cytowana wyżej, definicji podanej przez J. Bartmińskiego i S. Niebrzegowską-Bartmińską: „**profilowanie** jest subiektywną (tj. mającą swój podmiot) operacją językowo-pojęciową polegającą na swoistym kształtowaniu obrazu przedmiotu poprzez ujęcie go w określonych aspektach (podkategoriach, fasetach), takich jak np. pochodzenie, cechy, wygląd, funkcje, zdarzenia, przeżycia itp., w ramach pewnego typu wiedzy i zgodnie z wymogami określonego punktu widzenia” [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2006: 99].

Nieodłączną częścią skupiania uwagi na jakimś elemencie jest odciąganie jej od innych elementów. Należy zatem przyznać Zawisławskiej rację, kiedy stwierdza: „przez *profilowanie* rozumiem zatem zarówno uwypatnianie pewnych składników ramy interpretacyjnej, określenie ich konkretnych wartości, a także maskowanie pewnych elementów pojęciowych składających się na sytuację postrzegania” [Zawisławska 2004: 32].

Profilowanie rozumiane jako podświetlanie pewnych aspektów pojęcia przy jednoczesnym usuwaniu w cień innych ma swój odpowiednik w fizjologii uwagi. Jest nim tzw. **indukcja ujemna**, zjawisko zaobserwowane i opisane przez Iwana Pawłowa. Jego istotą jest pobudzanie pewnych miejsc w korze mózgowej powodujące jednocześnie hamowanie w sąsiadujących z nimi okolicach, co prowadzi do zmniejszenia wrażliwości na bodźce, za których odbiór odpowiadają te okolice. Wynikiem działania indukcji ujemnej jest koncentracja uwagi [Maruszewski 1996: 97].

Małgorzata Brzozowska, analizując sposoby organizacji elementów znaczeniowych słowa ‘kamień’, proponuje nowy termin – **wiązka profilów**. Byłaby to grupa profilów „podobnych do siebie pod względem struktury i semantyki oraz funkcjonujących równolegle względem siebie” [Brzozowska 1998: 254]. Propozycja ta wynika ze spostrzeżenia, że profile w obrębie jednego pojęcia mogą się od siebie różnić (czasem bywają nawet sprzeczne), nie powinno się zatem mówić o jednym profilu.

W omawianym przez M. Brzozowską przykładzie funkcjonowałyby dwie wiązki – wiązka profilów sakralnych (realizująca punkt widzenia człowieka religijnego, oglądającego świat z perspektywy sakralnej) i wiązka profilów pragmatycznych (oddająca punkt widzenia człowieka patrzącego na świat z perspektywy pragmatycznej). W obrębie każdej wiązki wyróżnić można kilka różnych sposobów postrzegania kamienia, a każdy z nich zwraca uwagę na inną cechę bądź aspekt omawianego obiektu. Tak więc o kamieniu można powiedzieć, że jest twardy, bywa ciężki, nieruchomy, jest materiałem budowlanym, może służyć jako broń (do rzucania lub uderzania). Każda z wymienionych cech odpowiada innemu profilowi, ale można je połączyć w jedną wiązkę pragmatyczną³.

Wiązki profilów można zestawiać z proponowanymi przez A. Tversky’ego przestrzeniami cech – być może wiązki funkcjonują właśnie w obrębie konkretnych przestrzeni cech. Skojarzenie takie nie jest przypadkowe. Zgodnie z sygnalizowanymi wcześniej sposobami dostrzegania przez ludzi podobieństwa między obiektami należy przypomnieć, że umysł dokonuje selekcji cech, by zestawiać ze sobą tylko te, które są w danej chwili ważne (i sugerują analogie między obiektami). Można więc czynność tę nazwać **profilowaniem podobieństwa**. Możliwość taka jest bardzo ważna zwłaszcza dla wyjaśniania mechanizmów działania metafor.

³ Przykłady profilów w obrębie struktury znaczenia słowa *kamień* zostały zaczerpnięte (z niewielkimi zmianami) z cytowanego artykułu M. Brzozowskiej.

2.2. Podobieństwo a metafora. Asymetria podobieństwa

Jak relacjonuje Agnieszka Libura [2000: 94–98], językoznawcy kognitywni długo zastanawiali się nad istotą korelacji między dziedziną źródłową a docelową odwzorowania metaforycznego. Początkowo George Lakoff uważał, że wszelkie korespondencje opierają się na cechach interakcyjnych obu dziedzin i są efektem metafor pojęciowych. Wynikałoby stąd, że to metafory konstytuują podobieństwa między dziedzinami. Z czasem pogląd ten został zastąpiony innym – podobieństwa muszą być wcześniejsze względem metafor. Eve Sweetser wskazała, że korespondencje między dziedzinami **motywują** powstanie odwzorowania metaforycznego. A. Libura, za E. Sweetser, stwierdza, że

częściowe, ale często spotykane w codziennych doświadczeniach korelacje (*partial but common-place correlation in experience*) są wprawdzie dwukierunkowe, więc nie mogą jednoznacznie determinować kształtu metaforycznego odwzorowania (gdyby tak było, wówczas istnienie metafor ROZUMIENIE TO WIDZENIE, WIĘCEJ TO W GÓRĘ byłoby tak samo uzasadnione, jak i odwrotnych – WIDZENIE TO ROZUMIENIE, W GÓRĘ TO WIĘCEJ), ale mogą w znaczącej mierze motywować daną przenośnię, zwłaszcza gdy doświadczenia te są bardzo podstawowe, a korelacje regularne⁴ [Libura 2000: 97].

Podobieństwa między dziedzinami (czy domenami, za Langackerem) rzeczywiście są tym, co motywuje metafory. Bez ich dostrzeżenia nie można stworzyć przenośni. Podobieństwo zaś wynika z **zestawienia** ze sobą obiektów. Dlatego też słuszne wydają się rozważania Andrzeja Kudry, według którego porównanie (polegające na zestawianiu) jest podstawą metafory⁵. Pierwotny pomysł G. Lakoffa co do uzależnienia korelacji od metafor nie jest jednak zupełnie błędny. Wprawdzie podobieństwa między dziedzinami motywują powstanie odwzorowania metaforycznego, jednakże to metafora na nie wskazuje, aktywując je⁶. Uważam, że przenośnia podświetla pewne cechy zestawianych ze sobą obiektów oraz nadaje kierunek relacji podobieństwa między nimi (stąd właśnie realność wskazywanej przez A. Liburę możliwości stosowania metafor typu WIDZENIE TO ROZUMIENIE). Wynika to ze zjawiska, które należy w tym miejscu wyjaśnić.

⁴ Przekonanie to znalazło swój wyraz w sformułowanej przez A. Liburę tzw. **hipotezie korelacji**, zgodnie z którą „metafory pojęciowe opierają się na przedmetaforycznych korelacjach między pojęciami biorącymi udział w metaforycznym odwzorowaniu; korelacje te motywują w jakiejś mierze samo zaistnienie metafory, gdyż inherentna struktura dziedziny docelowej ogranicza wybór dziedziny źródłowej oraz jej kształt” [Libura 2000: 102].

⁵ A. Kudra uważa porównanie za podstawową figurę mentalną, pierwotną wobec wszystkich pozostałych. Więcej na ten temat por. Kudra 2004b.

⁶ Ponadto metafora może zmusić odbiorcę komunikatu do wytężonego myślenia, by znalazł cechy wspólne obiektów – może więc sprawić, że adresat komunikatu odkryje podobieństwa, z których istnienia wcześniej nie zdawał sobie sprawy i w tym właśnie sensie przenośnia ma potencjał niejako tworzenia podobieństw między przedmiotami czy dziedzinami.

Według koncepcji A. Tversky'ego podobieństwo między dwoma obiektami nie jest jednakowo postrzegane. Zawsze jeden z nich wydaje się bardziej podobny do drugiego niż odwrotnie. A. Tversky nazwał to **asymetrią relacji podobieństwa**⁷. Za wyraz tejże relacji uznał twierdzenia typu „*A jest podobne do B*”, które według niego nie są równoznaczne z twierdzeniami „*B jest podobne do A*” (przy założeniu, że A i B w drugim wypowiedzeniu reprezentują te same obiekty, co w pierwszym). Właśnie wybór członu porównującego (w pierwszym zdaniu – B, w drugim – A) zdaniem A. Tversky'ego wskazuje, że mówiący uznaje go za bodziec bardziej wyrazisty (badacz podaje tu przykłady ukonkretnione takich zdań – mówimy raczej, że „*elipsa jest podobna do koła*”, a nie, że „*koło jest podobne do elipsy*” lub „*syn przypomina ojca*”, a nie „*ojciec przypomina syna*”). Tego typu wybory A. Tversky tłumaczy oceną podobieństwa dokonywaną przez użytkowników języka, wynikającą ze względnej wyrazistości bodźców (za bardziej wyraziste uznajemy prototypy niż inne egzemplarze, stąd raczej powiemy, że to egzemplarz jest podobny do prototypu niż odwrotnie).

Równie wyraźnie ową asymetrię ocen podobieństwa widać w przypadku metafor⁸. Funkcję bardziej wyrazistego bodźca pełni w tym przypadku langackerowska domena źródłowa. Użycie danej metafory wskazuje, że domena docelowa jest pod pewnymi względami podobna do domeny źródłowej. Wprawdzie podobieństwo musi być obustronne, jednak odwrócenie metafory jest niemożliwe (nie odnosi się to oczywiście do poezji) lub zmienia znaczenie⁹. Tym samym możemy nazwać pił-

⁷ O relacjach asymetrycznych pisał także A. Kudra [2004b], wyjaśniając istotę **teorii chiralności**. Zgodnie z tą koncepcją „przedmiot” i jego „odbicie” (to, co do niego podobne) tworzą obiekt chiralny, którego istotą jest asymetryczność relacji – odbicie nie jest dokładną kopią przedmiotu – różni się od niego do pewnego stopnia pod względem jakichś cech. Obiekt chiralny tworzą np. komparat i komparans w porównaniu. Ponieważ bez porównania nie można mówić o podobieństwie, które, jak wyżej sygnalizowałem, jest podstawą metafory, również domeny źródłowa i docelowa w metaforze mogą tworzyć w pewnym sensie obiekt chiralny. Paradoksalnie, byłby to jednak obiekt chiralny o przeciwnym zwrocie – domena źródłowa byłaby tu przedmiotem, czyli tym, co, zgodnie z koncepcją A. Tversky'ego, bardziej wyraziste (odbicie, czyli domena docelowa, jest zatem w przypadku metafory PRZYCZYNĄ odwołania się do przedmiotu – stąd moja uwaga o przeciwnym zwrocie chiralności w przenośni). W ten sposób można więc łączyć teorię chiralności z asymetrią relacji podobieństwa i teorią metafory.

⁸ Por. wypowiedź A. Tversky'ego: „zachodzi bliski związek między oceną podobieństwa a interpretacją metafor. W ocenach podobieństwa zakłada się, że istnieje jakaś konkretna przestrzeń cech, czy też punkt odniesienia, i ocenia się jakoś dopasowania obiektu porównywanego do obiektu porównującego. W interpretacji porównań zakłada się podobieństwo między obiektem porównywanym a obiektem porównującym oraz poszukuje się takiej interpretacji tej przestrzeni, która zmaksymalizowałaby jakoś tego dopasowania” [Tversky 2007: 553].

⁹ Por. stwierdzenie Agnieszki Libury: „każde odwzorowanie jest asymetryczne i częściowe. Składa się z szeregu stałych korespondencji między elementami dziedziny źródłowej [...] a elementami dziedziny docelowej” [Libura 2000: 46–47]. Wydaje się jednak, że owe korespondencje między elementami dziedzin (czy, za Langackerem, domen) nie są stałe – zależą od sytuacji, zwłaszcza zaś od nadawcy i odbiorcy komunikatu, którzy aktywują je z **własnego** punktu widzenia (stałość mogłaby jedynie dotyczyć bardzo skonwencjonalizowanych użyć danych wyrazów, które nawet nie są odczuwane jako metaforyczne).

karza *snajperem*, ale prawdziwego snajpera nie nazwiemy *piłkarzem*. Taka metafora teoretycznie jest możliwa, jednak z pewnością aktywowałaby inne cechy zestawianych obiektów niż dużo częściej spotykane użycie słowa *snajper* dla nazwania piłkarza. Co więcej, najprawdopodobniej musiałaby ona zostać wyjaśniona – ponieważ *piłkarz* jest elementem mniej wyrazistym, podobieństwo *snajpera* do niego może być również mniej wyraziste niż podobieństwo odwrotne. Owymi różnicami w ocenach podobieństwa można więc tłumaczyć wskazywaną przez A. Liburę „nieprzemienność” metafor typu ROZUMIENIE TO WIDZENIE.

Wydaje się, że wyrazistość cech może być percypowana w związku z punktem widzenia. A. Tversky nie brał pod uwagę czynnika, który określiłbym mianem **bliskości doświadczeniowej** – o kierunku asymetrii może decydować kontakt lub brak kontaktu człowieka z danym bodźcem. Na przykład, we wspomnianym wyżej artykule Tversky podaje przykład zdania „Korea Północna jest podobna do komunistycznych Chin” [Tversky 2007: 523] jako bardziej prawdopodobnego niż „komunistyczne Chiny są podobne do Korei Północnej”. Tymczasem, o ile twierdzenie to jest prawdziwe w przypadku osób „bezzstronnych”, niepochozących z Korei Północnej (oraz, oczywiście, Chińczyków), o tyle w przypadku Koreańczyków staje się już mniej prawdopodobne. Koreańczyk powiedziałby raczej, że „komunistyczne Chiny są podobne do Korei Północnej”, ponieważ **z jego punktu widzenia** Korea Północna jest bardziej wyrazista od Chin. Wprawdzie należałoby to zbadać, ale przyjmując założenie o tendencji ludzi do faworyzowania własnego punktu widzenia, można stwierdzić, że słuszne jest wskazywanie bliskości doświadczeniowej jako jednego z czynników wpływających na ocenę wyrazistości cech.

Jak wskazuje A. Libura [2000: 98], według G. Lakoffa metafory mogą być ugruntowane w codziennym doświadczeniu, w wiedzy potocznej (np. dotyczącej doświadczeń innych ludzi) lub praktyce społecznej¹⁰. Uwzględnia się więc bliskość doświadczeniową.

Na subiektywność dostrzegania podobieństw i różnic między obiektami może wskazywać sama subiektywność w identyfikowaniu i wyodrębnianiu cech obiektów. Jak wyjaśniłem w pierwszym rozdziale, osobiste doświadczenia podmiotu postrzegającego wpływają na kategorie i schematy, którymi dysponuje, a przez to zmieniają jego gotowość percepcyjną. Podobne rozumowanie odnaleźć można w rozważaniach psychologa, Franka C. Keila, który wyraził pogląd, że jednym z czynników decydujących o formowaniu pojęć i zaliczaniu ich do różnych kategorii są tzw. **pre-koncepcje**, czyli teorie oparte na przyuczynowych przekonaniach ludzi:

¹⁰ Por. fragment rozważań G. Lakoffa i M. Johnsona na temat zjawiska prawdy: „doszliśmy już do stwierdzenia, że prawda pozostaje w związku ze zrozumieniem, co oznacza, iż nie ma żadnego absolutnego punktu widzenia, z którego można by odkryć absolutne prawdy o świecie. Nie znaczy to, że nie ma żadnych prawd; znaczy to tylko, że prawda jest względna wobec naszego systemu pojęciowego, który opiera się na doświadczeniu i podlega stałej weryfikacji przez nasze własne doświadczenie i doświadczenie innych uczestników naszej kultury podczas interakcji z ludźmi i z otoczeniem fizycznym oraz kulturowym” [Lakoff, Johnson 1988: 221].

tak więc mogę zdecydować, że cechami ważnymi dla rozróżniania typów mebli są ich faktura i miękkość, a to ze względu na moje przekonania dotyczące roli, jaką meble odgrywają w naszym codziennym życiu, oraz powodów, dla których ludzie robią meble. Mogę postanowić, że będę pomijać takie cechy mebla, jak zabrudzenie czy temperatura, ze względu na przekonanie, że te rodzaje właściwości nie są związane z moją „teorią” typów mebli. Teoria może od początku kierować tym, jakiego rodzaju cechom i korelacjom poświęca się uwagę w poszczególnych dziedzinach, a jej rozrastanie się i różnicowanie może w miarę rozwoju zapewniać takie kierowanie w coraz większym stopniu”¹¹ [Keil 2007: 269].

Uważam, że posługując się metaforą nadawca skupia uwagę na jednej (lub kilku) spośród wielu cech zestawianych ze sobą obiektów (lub domen)¹². Owa selektywność uwagi, pozwalająca dostrzec podobieństwo między dwoma obiektami, ma charakter subiektywny. Według Tomasza Maruszewskiego przyczyny skupienia uwagi na danych bodźcach zmysłowych mogą być różne, m.in. zgodność bodźca z kontekstem sytuacyjnym, jego związek z wykonywanym przez podmiot działaniem lub z hierarchią wartości wyznawanych przez podmiot [Maruszewski 1996: 96]. Podobnie sytuacja może się przedstawiać w przypadku operacji mentalnych takich jak te, w wyniku których powstaje metafora.

By zrozumieć przenośnię, odbiorca musi spojrzeć na zestawiane przez nią obiekty (i domeny) z punktu widzenia nadawcy, a więc jego zadaniem jest odтворzenie owego procesu selekcji, którego dokonał nadawca. Skupienie przez odbiorcę uwagi na tych samych cechach (w celu dostrzeżenia tego samego podobieństwa między obiektami, które zauważył rozmówca) jest proste w przypadku metafor często używanych (zawierają one bowiem wielokrotnie powtarzane konwencjonalne punkty widzenia). Im trudniej znaleźć odpowiednie cechy (te, na które zwrócił uwagę nadawca), tym trudniej zrozumieć metaforę. Z kolei skupienie uwagi na innych cechach, również wskazujących podobieństwo między tymi samymi obiektami (czyli spojrzenie na nie z innego punktu widzenia), umożliwia nowe, twórcze zastosowanie nawet zleksykalizowanej metafory¹³. Porozumienie będzie jednak wówczas trudniejsze do osiągnięcia lub niepełne.

¹¹ F.C. Keil dostrzegał także pewną cechę systemów przekonań wskazującą na związki przyczynowe między samymi teoriami (czyli że preconcepcje mogą powstawać również pod wpływem innych przekonań, niekoniecznie będących wytworami podmiotu postrzegania): „niektóre przekonania nie powstają na podstawie danych, lecz wynikają z innych przekonań lub są obecne od początku. Założenie to jest potrzebne, żeby wyjaśnić powszechną skłonność do spostrzegania iluzorycznych korelacji, która występuje wtedy, gdy pod wpływem teorii ludzie widzą korelacje tam, gdzie ich nie ma, lub mocno zniekształcają ich wartości” [Keil 2007: 270].

¹² Selekcja cech dotyczy także metonimii, jednak nie jest ona tożsama z metaforą. Istotą metonimii jest odwoływanie się do styczności w czasie i przestrzeni (nie zaś podobieństwo), a jej najważniejszą funkcją – desygnacja.

¹³ Na taką możliwość rozszerzania wykorzystywanej części metafory lub uaktywniania części zazwyczaj nieużywanej zwrócili uwagę również George Lakoff i Mark Johnson. Metafory takie amerykańscy badacze nazwali **metaforami obrazowymi**. Według nich „takie zdania nie należą do zwyczajnego, dosłownego języka, lecz są częścią tego, czemu zwykle przydaje się miano języka »przenośnego« lub »obrazowego«. Tak więc zarówno wyrażenia dosłowne (»On skonstruował teorię«), jak i obrazowe (»Jego teoria jest pełna gargulców«) mogą stanowić przypadki tej samej metafory ogólnej (TEORIE TO BUDYNKI)” [Lakoff, Johnson 1988: 78].

2.3. Metafora – różne ujęcia

Metafora jest przedmiotem zainteresowania uczonych z różnych dziedzin (choć jeszcze do niedawna postrzegano ją jako zjawisko dotyczące przede wszystkim literatury). Bardzo duże znaczenie przypisuje jej językoznawstwo kognitywne. Wyliczając zdolności poznawcze człowieka, Ronald Langacker wspomina o „ustanawianiu odpowiedniości między różnymi strukturami” [Langacker 1995: 16]. Do odpowiedniości zalicza m.in. metaforę, której przypisuje kluczową rolę. Funkcjonowanie metafory w języku amerykański badacz opisuje następująco:

weźmy na przykład rzeczownik *neck* „szyja” i rozszerzenia tego terminu. Po angielsku powiemy np. *neck of a bottle* „szyjka butelki”, i nie byłbym wcale zdziwiony, gdyby w polskim istniało podobne wyrażenie. **Domena źródłowa** [*source domain*] tej metafory odwołuje się do pojęcia ludzkiego ciała: [...] rzeczy wchodzi, a czasami wychodzi przez usta. Podobnie dzieje się w przypadku butelki: przez otwór u góry butelki, odpowiadający ustom – jest to **domena docelowa** [*target domain*] – od czasu do czasu wpływa i wypływa ciecz. Właśnie w oparciu o takie odpowiedniości wiele wyrażeń jest używanych metaforycznie, w tym *neck of a bottle*. Każdy rodzaj rozszerzenia metaforycznego zakłada istnienie odpowiedniości między pewnymi domenami. Z **wtórnym rozszerzeniem metaforycznym** mamy do czynienia np. w wypadku wyrażenia *bottle neck*, używanym na określenie „pewnego ograniczenia w ruchu ulicznym” lub w jeszcze bardziej abstrakcyjnym sensie – jakiegokolwiek ograniczenia, np. „wąskie gardło gospodarki”. Jeśli więc jadące trzypasmową ulicą lub autostradą samochody zmuszone są w pewnym momencie do zjechania na jeden pas i automatycznego zwolnienia szybkości, taki spowolniony ruch nazwiemy właśnie *bottle neck* „przewężenie ruchu”. W tym przypadku do obrazowania sceny wykorzystuje się analizę znaczenia [NECK OF BOTTLE], wyakcentowując funkcję „wylewania” lub „zwalniania wycieku płynu” z butelki [Langacker 1995: 17].

Widać wyraźnie, że w tym rozumieniu najważniejszą cechą metafory jest wykorzystywanie analogii, nazywanej przez R. Langackera odpowiedniością, oraz akcentowanie pewnych elementów dwóch różnych obiektów. W cytowanym powyżej przykładzie zaakcentowane zostały cechy ludzkiego ciała sprawiające, że może ono przypominać butelkę (i odwrotnie – zwraca się uwagę na te cechy butelki, które pod pewnym względem zbliżają ją do ludzkiego ciała). Metafora uwypukla więc jedynie pewne cechy dwóch obiektów czy pojęć i nie zakłada ich całkowitej tożsamości. Uważam, że ten sam proces zachodzi w przypadku perspektywy – obserwator zajmuje pewne stanowisko w stosunku do postrzeganej rzeczywistości na podstawie cech różnych obiektów, uwypuklanych przez jego punkt widzenia. Może to prowadzić do wniosku, że to właśnie dzięki obserwowaniu świata z różnych perspektyw jesteśmy w stanie tworzyć metafory. By to potwierdzić, należy najpierw przyjrzeć się charakterowi samej przenośni.

Efektem badania metafory przez przedstawicieli różnych dziedzin jest mnogość definicji i koncepcji, według których to zjawisko jest pojmowane. W *Słowni-*

ku terminów literackich pod red. Janusza Sławińskiego kładzie się nacisk przede wszystkim na operację dokonywaną na znaczeniach słów, uznając metaforę za

wyrażenie, w którego obrębie następuje zamierzona przemiana znaczeń składających się na nie słów. Nowe, zmienione znaczenie, zwane metaforycznym, kształtuje się zawsze na fundamencie znaczeń dotychczasowych pod presją szczególnych okoliczności użycia, np. niezwyklej referencji, a zwłaszcza niezwyklego kontekstu słownego, wprowadzającego składniowe zależności między wyrazami dotąd w takich zespoleniach nie występującymi [*Słownik terminów literackich* 2008: 300].

Ważne jest uwzględnienie intencjonalności zastosowania metafory, pozwalające odróżnić ją od błędnego użycia języka. W tradycji badawczej bowiem bardzo długo uważano przenośnię za dewiację, nie dopuszczając myśli, że może być ona czymś znacznie ważniejszym.

Jak wcześniej wspomniałem, metaforą interesowali się do niedawna głównie teoretycy literatury. Za jedną z najwcześniejszych teorii dotyczących przenośni uchodzi koncepcja Arystotelesa. Dla niego mechanizm metafory polega na przeniesieniu nazwy „jednej rzeczy na inną: z rodzaju na gatunek, z gatunku na rodzaj, z jednego gatunku na inny, lub też przeniesienie nazwy z jakiejś rzeczy na inną na zasadzie analogii” [Arystoteles 2004b: 352]. Cytat ten wskazuje na ściśle językowy charakter przenośni. Co więcej, grecki myśliciel traktował metaforę jak porównanie – uważał, że opierają się one na analogii między dwoma obiektami i mogą być stosowane przez poetę w podobny sposób: „porównania są pożyteczne również w prozie, ale użyte z rzadka, gdyż mają poetycki charakter. Należy je stosować tak samo, jak się stosuje przenośnie. Są przecież rodzajem przenośni” [Arystoteles 2004a: 180] i dalej: „wszystkie zatem wyrażenia, ocenione wysoko jako przenośnie, będą oczywiście również doskonałymi porównaniami, bo porównanie jest formą przenośni wymagającą rozwinięcia¹⁴” [Arystoteles 2004a: 181].

Uznanie, że oba wspomniane chwytły retoryczne opierają się na analogii, jest niczym innym jak wskazaniem, że wykorzystują one mechanizm spostrzegania podobieństwa między dwoma obiektami (jak wyżej wspomniałem, istotną rolę analogii w tworzeniu metafor doceniał również R. Langacker). Arystoteles uważał jednak, że podobieństwa owe są dwukierunkowe, a więc metafora powinna się odnosić jednakowo do obu swoich członów („jeśli np. czarę nazwiemy »tarczą Dionizosa«, to równie stosowne jest określenie tarczy jako »czary Aresa«” [Arystoteles 2004a: 181]). Jednakże, jak wyżej wskazałem, metafory są z reguły jednokierunkowe, co wynika z asymetrii dostrzegania podobieństwa między obiektami. W tym miejscu jeszcze jeden głos potwierdzający tę tezę. Olaf Jäkel [2003: 29] wskazuje, zgodnie z kognitywną teorią metafory, że odwzorowania metaforyczne są jednokierunkowe – pojmujemy pojęcia mniej konkretne, abstrakcyjne za pomocą pojęć bardziej konkretnych, wyłaniających się bezpośrednio

¹⁴ W tym miejscu dokonujący przekładu Henryk Podbielski wyjaśnia, że Arystotelesowi mogło chodzić o brak spójnika porównawczego (np. „jak”) w przenośni [przyp. – R.S.].

z naszych doświadczeń¹⁵. Tym samym domeny źródłowa i docelowa nie mogą zamienić się rolami.

Wracając jednak do rozważań na temat charakteru zjawiska przenośni, warto poświęcić chwilę pomysłom amerykańskiego filozofa, Maxa Blacka. W jednej ze swoich prac [Black 1971] referuje on poglądy Ivora Armstronga Richardsa, które nazywa **interakcyjną teorią metafor** (M. Black uważa ją za ciekawszą od teorii substytucyjnych i porównaniowych). Zgodnie z tą koncepcją metafora polega na współdziałaniu dwóch myśli (nazywanych *przedmiotem głównym* i *przedmiotem pomocniczym*), którego efektem jest nowe znaczenie¹⁶. Istotą takiego podejścia jest nacisk kładziony na rolę czytelnika (odbiorcy), ponieważ to jego zadaniem jest połączenie owych myśli. Wymaga to również od odbiorcy znajomości, jak wyraża się M. Black, „systemu banalnych skojarzeń” [Black 1971: 228] (są to implikacje dotyczące przedmiotu pomocniczego, nakładane na przedmiot główny). Autor podaje przykład metaforycznego nazwania człowieka „wilkiem”. Odbiorca musi przenieść system skojarzeń z wilka na człowieka, tworząc zupełnie nowy system, w którym „każdy ludzki rys, który bez nadmiernego naginania da się opisać w »wilczym języku«, zostanie uwydatniony, każdy niepodatny zostanie zepchnięty do tła. Pewne szczegóły »wilcza metafora« gasi, inne podkreśla – krótko mówiąc, **organizuje** obraz człowieka” [Black 1971: 229]. Nie można także zapominać, że zgodnie z teorią interakcyjną metafora wpływa nie tylko na przedmiot główny (w omawianym przykładzie – człowiek), ale również na przedmiot pomocniczy (wilk). Jak wyjaśnia M. Black, nazwanie człowieka „wilkiem” czyni wilka bardziej ludzkim, niż myślimy o nim zazwyczaj.

Chwalona przez M. Blacka teoria interakcyjna ma jednak pewną lukę. Jak stwierdza amerykański badacz, „nie szczególnego nie kryje się za tym, że jedna metafora jest udana, inna – nie” [Black 1971: 232]. Tym samym należałoby uznać, że bezcelowe byłyby dociekania, dlaczego pewne przenośnie są uważane za trafne, udane, inne zaś nie zyskują uznania odbiorców. Zgodnie z myślą M. Blacka musiałby to być zwykły przypadek, ponieważ nie można znaleźć prostego uzasadnienia tego zjawiska.

Odpowiedzi nie udziela również gramatyka komunikacyjna, która uznaje metaforę za jeden z tzw. **trybów komunikacyjnych**. Zastosowanie przenośni

powoduje sytuację, kiedy odbiorca zamiast jednostkowego odniesienia obrazu ideacyjnego do określonego fragmentu rzeczywistości uzyskuje dwa niezależne od siebie obrazy ideacyjne, z których

¹⁵ O. Jäkel ujął to twierdzenie w ramy swoistej formułki: „metafora (»X to Y«) z reguły łączy *abstrakcyjną* i złożoną domenę docelową (X) jako *eksplanandum*, z *bardziej konkretną*, prosto ustrukturyzowaną oraz poznawalną za pomocą zmysłów domeną źródłową (Y) jako *eksplanans*” [Jäkel 2003: 62]. W cytowanej pracy przedstawia on wyniki własnych badań, dowodzących słuszności powyższej tezy o jednokierunkowości metafor.

¹⁶ Powoływanie przez metaforę nowego znaczenia można uznać za jedną z jej ważniejszych funkcji. Znaczenie to wynika m.in. z podobieństwa między zestawianymi obiektami, ale również z indywidualnych skojarzeń uczestników komunikacji.

jeden wiąże się z tym fragmentem w sposób bezpośredni, natomiast drugi nie jest z nim ontologicznie powiązany i pozostaje w sferze wyobrażenia” [Awdiejew, Habrajska 2004: 301].

Jako przykład A. Awdiejew i G. Habrajska podają wypowiedzenie:

(1) *Rzucił się na niego jak lew,*

w którym efekt metaforyczny dotyczy zaktualizowanego standardu RZUCIĆ SIĘ {KTOŚ, NA KOGOŚ}. Efekt ten wynika z zastosowania podwójnej substytucji pierwszego argumentu (KTOŚ) – występuje tu bowiem sprawca zdarzenia rzeczywistego (jest to więc ten obraz ideacyjny, który bezpośrednio wiąże się z opisywanym przez wypowiedzenie fragmentem rzeczywistości) oraz będący jego wyobrażeniowym ekwiwalentem lew (przywołujący cały szereg stereotypów). Istotą metafory w ujęciu komunikatywistycznym jest zatem **nakładanie się** na siebie dwóch obrazów ideacyjnych¹⁷. Najlepszym tego wyrazem są słowa samych autorów, którzy stwierdzają, że „metafora jest więc podwójnym widzeniem rzeczywistości przez jej bezpośredni opis oraz przez przywoływanie obrazów wyobrażeniowych, mających funkcjonalne powiązanie z tym opisem” [Awdiejew, Habrajska 2004: 302]. Tym samym komunikatywizm nie doszukuje się w metaforze błędu czy dewiacji, lecz traktuje ją jako twórcze wykorzystanie języka.

Takie tłumaczenie, choć niezwykle trafne, nie wyjaśnia jednak, dlaczego skłonni jesteśmy mówić, że *Ktoś rzucił się na kogoś jak lew*, a nie np. *Ktoś rzucił się na kogoś jak pająk* (niektóre gatunki pajaków w trakcie polowania rzucają się na swoje ofiary). Warto by więc było dodać do wyjaśnień komunikatywistycznych zastrzeżenie, że w ramach trybu komunikacyjnego, jakim jest metafora (będącego już samym w sobie niekonwencjonalnym użyciem języka), można doszukiwać się elementów bardziej i mniej standardowych. *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej* wspomina o niestandardowej substytucji argumentów, doszukując się jej np. w występowaniu argumentów nieżywotnych w układach typowych dla argumentów żywotnych (i odwrotnie) [Awdiejew, Habrajska 2004: 302]. Tym samym detrywializacja standardu RZUCIĆ SIĘ {KTOŚ, NA KOGOŚ} przy zastosowaniu nieosobowego argumentu LEW zostaje zakwalifikowana jako metafora¹⁸. Ważne jest jednak, by pamiętać, że jest to przenośnia utarta [językowa], konwencjonalna, podczas gdy w wypowiedzeniu *Ktoś rzucił się na kogoś jak pająk* mamy do czynienia z metaforą twórczą, ponieważ pierwszy argument predykatu

¹⁷ A. Awdiejew i G. Habrajska zastrzegają jednak, że owe obrazy ideacyjne muszą być ze sobą powiązane funkcjonalnie przez podobieństwo schematów gramatycznych, co oddaje przykład:

RZUCIĆ SIĘ {KTOŚ, NA KOGOŚ}

Ktoś rzucił się na kogoś.

RZUCIĆ SIĘ {LEW, NA KOGOŚ}

Lew rzucił się na kogoś [Awdiejew, Habrajska 2004: 301].

¹⁸ A. Awdiejew i G. Habrajska uznają porównanie za podstawową, izomorficzną postać metafory [Awdiejew, Habrajska 2004].

(w tym przypadku jest to PAJĄK) jest bardziej niestandardowy niż w przypadku poprzedniego zdania. Dlaczego tak się dzieje? Odpowiedzią na to pytanie może być przypomnienie cytowanych wyżej koncepcji A. Tversky'ego, dotyczących postrzegania podobieństwa. Zgodnie z nimi lew musi być dla użytkowników języka (w tym przypadku – języka polskiego) elementem bardziej wyrazistym niż pająk, dlatego¹⁹ wiąże się z nim więcej stereotypów, co czyni go bardziej pożądanym obiektem odniesienia. Stąd też konwencjonalność metafory w zdaniu *Ktoś rzucił się na kogoś jak lew* jest dużo wyższa niż w wypowiedzeniu *Ktoś rzucił się na kogoś jak pająk*.

Jedną z najważniejszych koncepcji metafory jest teoria zaproponowana przez Marka Johnsona i George'a Lakoffa. Zwrócili oni uwagę na to, że metafora nie jest zjawiskiem czysto językowym i nie polega tylko na niezwykłym połączeniu słów (takie rozumienie ograniczało jej występowanie głównie do tekstów poetyckich). Jest nieodłączną częścią naszego doświadczenia – organizuje je i nadaje kształt pojęciom, którymi dysponujemy. Założenie takie było bardzo śmiałe i miało donośne znaczenie, ponieważ sugerowało, że metafory sterują ludzkim postrzeganiem, myśleniem i działaniem. Według M. Lakoffa i G. Johnsona

istotą metafory jest rozumienie i doświadczanie pewnego rodzaju rzeczy w terminach innej rzeczy. [...] metafora nie jest jedynie sprawą języka, czyli jedynie sprawą słów. Będziemy chcieli wykazać, że przeciwnie, procesy myślenia są w głównej mierze metaforyczne. Właśnie to mamy na myśli, gdy mówimy, że system pojęć podlega kształtowaniu i określa się w sposób metaforyczny. Istnienie metafor jako wyrażen językowych jest możliwe właśnie dlatego, że metafory tkwią w systemie pojęć człowieka. Dlatego też, ilekroć w tej książce będziemy mówili o metaforach, takich jak ARGUMENTOWANIE TO WOJNA, tylekroć będziemy mieli na myśli pojęcia metaforyczne [Lakoff, Johnson 1988: 27–28].

Koncepcja M. Lakoffa i G. Johnsona całkowicie odmieniła sposób postrzegania metafory zarówno przez językoznawców, jak i literaturoznawców. Przekonanie o metaforycznym charakterze pojęć, którymi dysponuje człowiek, bardzo się rozpowszechniło. Rozważania amerykańskich badaczy mają wiele ciekawych implikacji. Jedną z nich jest wskazywanie, że metafora posługuje się dwoma mechanizmami – uwypuklania i ukrywania:

ta sama systematyczność, dzięki której możemy zrozumieć jeden aspekt jakiegoś pojęcia w terminach innego pojęcia (np. jakiś aspekt argumentowania w terminach bitewnych), jednocześnie musi powodować ukrycie innych aspektów tego samego pojęcia. Pozwalając nam skupić uwagę na jakimś aspekcie pojęcia (np. bitewnych aspektach argumentowania), pojęcie metaforyczne uniemożliwi nam jednoczesne skupienie uwagi na innych aspektach, nie mających związku z daną metaforą [Lakoff, Johnson 1988: 32].

Powyższe słowa zbliżają metaforę do omawianego wyżej w tym rozdziale zjawiska profilowania. Przypomnijmy, że polega ono na uwypuklaniu pewnych

¹⁹ Lub, może raczej, „PONIEWAŻ”.

cech obiektu (mogą to być również elementy znaczeniowe słowa, jak wskazywałyby przytoczone wyżej rozważania Jerzego Bartmińskiego) i usuwaniu w cień innych. W przypadku metafor bardzo ważnym spostrzeżeniem jest sygnalizowane przeze mnie wcześniej profilowanie podobieństwa, które wynika z selektywności ludzkiej uwagi. Umysł wybiera te spośród wielu cech obiektów, które w danej chwili są pod jakimś względem ważne dla podmiotu. Dzięki temu powstaje sugestia podobieństwa przedmiotów (oczywiście nie muszą to być przedmioty), co z kolei czyni metaforę trafną. Powołując się po raz kolejny na koncepcję Amosa Tversky'ego, można przyjąć, że profilowanie podobieństwa, sankcjonujące powstanie metafory, ma swoje źródło w asymetrii relacji podobieństwa. Jak wyżej wykazałem, zjawisko to wynika z różnic w postrzeganiu świata, wiążących się z obserwowaniem rzeczywistości z różnych punktów widzenia. Metafora byłaby więc śladem (czy też dowodem) punktu widzenia nadawcy.

Analizując przykładową metaforę MIŁOŚĆ TO WSPÓŁTWORZONE DZIEŁO SZTUKI, G. Lakoff i M. Johnson wskazują, w jaki sposób kultura może wpływać na rozumienie przenośni. Jak stwierdzają, znaczenie metafory motywowane jest przez doświadczenia kulturowe uczestników komunikacji. Pojęcia składowe metafory różnią się w zależności od kultury [por. Lakoff, Johnson 1988: 170]. Wynika stąd, że na wartość metafory ma wpływ w dużym stopniu znaczenie jej elementów składowych, takie, jakie obowiązuje w danej kulturze. Na pewno nie można odmówić racji amerykańskiemu duetowi, jednak warto również zwrócić uwagę na inny sposób wpływu kultury na metaforę – ograniczenia w funkcjonowaniu. Wydaje się, że w niektórych kulturach po prostu pewne metafory w ogóle nie mają racji bytu, a ich miejsce mogłyby zająć inne przenośnie. Na przykład, pojęcie metaforyczne CZAS TO PIENIĄDZ, do którego również w cytowanej książce odnoszą się G. Lakoff i M. Johnson, może nie funkcjonować chociażby w kulturze chińskiej²⁰. Dlatego Chińczycy, jako naród, raczej nie będą się posługiwali taką metaforą. Jednakże nie wyklucza to pojedynczych zastosowań tej przenośni. Fatycznie jednak z pewnością będzie ona inaczej rozumiana niż choćby w Stanach Zjednoczonych, gdzie jest postrzegana jako konwencjonalna. W Chinach zostałaby uznana za wyraz poglądu jednostkowego, byłaby tworem okazjonalnym.

Wpływ kultury na rozumienie przenośni nie jest mimo wszystko absolutny. Jak zauważyli G. Lakoff i M. Johnson, „w obrębie jednej kultury również występują różnice wynikające z różnic w rozumieniu tego, czym jest dzieło sztuki. MIŁOŚĆ TO WSPÓŁTWORZONE DZIEŁO SZTUKI oznacza coś zupełnie innego dla pary czternastolatków podczas pierwszej randki, a co innego dla dorosłej pary artystów” [Lakoff, Johnson 1988: 170]. Można zatem przyjąć, że w przypadku rozumienia metafory doniosłe znaczenie mają również indywidualne doświadczenia. Pod ich wpływem człowiek dostrzeże na pewno inne podobieństwa między pojęciami MIŁOŚĆ i DZIEŁO SZTUKI, ponieważ skupi się na innych przestrze-

²⁰ Kultura chińska jest tu tylko przykładem – umownie przyjmuję, że CZAS TO PIENIĄDZ nie funkcjonuje w Chinach.

niach cech. Możliwe nawet, że konkretna osoba nie znajdzie żadnych podobieństw i nie dostrzeże zasadności użycia²¹ metafory. Oczywiście, największe prawdopodobieństwo rozpoznania jako zasadne mają te odwzorowania metaforyczne, które są najbardziej konwencjonalne, czyli najczęściej powtarzane (ponieważ często nawet nie są odczuwane jako przenośnie). Nie wyklucza to i tak ich indywidualnego rozumienia, ponieważ wciąż każdy będzie je rozpatrywał ze swojego punktu widzenia, a więc może doszukiwać się innych podobieństw między domenami. Wskazywałoby to na prymat perspektywy osobistej nad konwencjonalną. Taki wniosek pozostaje w zgodzie z tym, co zostało ustalone w rozdziale pierwszym. Nadawanie znaczenia doświadczeniom odbywa się w ścisłym związku z punktem widzenia podmiotu postrzegania, czego wyraźnym śladem jest konceptualizacja językowa.

Stwierdzenie G. Lakoffa i M. Johnsona dotyczące metaforycznego charakteru ludzkich procesów mentalnych nie jest jedynym wyrazem tego typu podejścia do metafory. Jak zauważa w jednej ze swoich prac Tomasz Piekot [Piekot 2004: 139], już Walter Ong pisał o **ramach interpretacyjnych** będących podstawą wszystkich doświadczeń. Za najważniejszą z owych ram W. Ong uważał AGON, wiążący się z rywalizacją. Zatem, kiedy mówimy o argumentowaniu jak o wojnie, do głosu dochodzi właśnie AGON. Trudno oprzeć się wrażeniu, że ramy interpretacyjne bardzo zbliżają się do pojęć metaforycznych G. Lakoffa i M. Johnsona. Być może jest to więc inny sposób mówienia i teoretyzowania o tym samym zjawisku.

2.4. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne

Równie ciekawą koncepcję obecności metafor w ludzkim życiu zaprezentował niemiecki badacz, Jörg Zinken. W swym artykule [Zinken 2004: 65–78] omawiającym wyniki badań nad strukturą metaforyczną rosyjskiego i niemieckiego dyskursu publicznego zastosował zaproponowane przez siebie pojęcie **modelu metaforycznego**. Sam autor określa je jako odpowiadające w jego teorii schematom wyobrażeniowym, funkcjonującym w badaniach kognitywnych nad metaforą. Tymczasem wydaje się, że modele metaforyczne są niczym innym jak odpowiednikami wspomnianych wyżej pojęć metaforycznych²². Świadczy o tym

²¹ Celowo piszę o zasadności użycia metafory, ponieważ w sytuacji, kiedy nie jesteśmy w stanie dostrzec podobieństw między zestawianymi domenami, przede wszystkim nie potrafimy sobie uzasadnić, dlaczego nadawca użył takiej właśnie metafory. Wydaje mi się jednak, że nie musi to być jednoznaczne z niezrozumieniem przenośni (w podanym wyżej przykładzie zdania z niekonwencjonalną metaforą *Ktoś rzucił się na kogoś jak pająk* odbiorca zapewne zrozumie wypowiedzenie, co nie zmieni faktu, że odwołanie się przez nadawcę do pajaka będzie zaskakujące).

²² Modele metaforyczne w pewnym sensie odpowiadają polom semantycznym (rozumianym za: Eco 2009: 80–88) – można by uznać, że przeniesienie w wypowiedzi wyrazu do nowego pola semantycznego powoduje, że jego „normalne” pole staje się modelem metaforycznym służącym jako dziedziina źródłowa tak utworzonej metafory.

przede wszystkim sposób, w jaki J. Zinken tłumaczy funkcjonowanie modeli metaforycznych – pozwalają mówić o jakiejś dziedzinie tak, jakby to była inna dziedzina (np. mówienie o polityce jak o budowaniu domu – wykorzystuje się wówczas model metaforyczny ARCHITEKTURA). Jest to rozumowanie bardzo bliskie cytowanym wyżej stwierdzeniom G. Lakoffa i M. Johnsona, według których pojmowanie jednych rzeczy w terminach innej rzeczy prowadzi do powstawania metafor będących w istocie pojęciami metaforycznymi.

Modele metaforyczne, według J. Zinkena, można dzielić na grupy, w których utrwalone są różne punkty widzenia. Jako główne traktuje grupy wyrażające punkt widzenia **podmiotu kształtującego swój świat** (np. mówią o życiu politycznym jako wyniku świadomych działań podmiotów) oraz punkt widzenia **obserwatora** (np. kiedy politykę traktuje się jako niezależną od wpływów jakichkolwiek podmiotów, czyli choćby jako roślinę, która sama się rozwija).

Koncepcja J. Zinkena zakłada więc obecność pewnych stałych modeli metaforycznych w języku. Założenie takie odpowiada oczywiście poglądom G. Lakoffa i M. Johnsona oraz W. Onga. Wprawdzie nie odnosili się oni bezpośrednio do języka, uznając metafory za zjawiska przede wszystkim mentalne, jednak ich śladów można doszukiwać się w języku. Według cytowanej już w tej pracy Agnieszki Libury „metafory językowe są tylko powierzchniowym, leksykalnym wykładnikiem zachodzących w strukturach poznawczych procesów, których istota polega na metaforycznej konceptualizacji” [Libura 2000: 54]. Jest to bardzo ważne stwierdzenie, ponieważ wszystko, czym badacz metafory dysponuje, to wypowiedzi użytkowników języka. Nie można uzyskać dostępu do ludzkiego umysłu i badać bezpośrednio pojęć metaforycznych. Należy więc odnaleźć ich ślady w konceptualizacji językowej.

Metafory mogą występować na przestrzeni danego tekstu w różnych formach, pod wieloma postaciami, a nawet rozciągać się na dłuższe fragmenty danej wypowiedzi. Zawsze jednak punktem wyjścia dla nich są pojedyncze słowa (nawet jeśli dopiero ich połączenie czyni przenośnię). Max Black, analizując zdania zawierające metafory [Black 1971], wyróżnia w nich słowa, które są użyte metaforycznie – nazywa je *źródłami* [*fokus*] metafor, i wyrazy używane literalnie – określa je mianem *ramy* [*frame*]. Autor zwraca uwagę na to, że jedno słowo będące źródłem metafory może występować w różnych ramach i nie w każdej z nich będzie rozumiane przenośnię. Wiąże się to z różnicami „we **współgraniu** źródła i ramy” [Black 1971: 220] oraz ze zmiennością okoliczności wypowiedzania tego samego słowa (do okoliczności owych zalicza on moment, myśli, działania, uczucia i intencje mówiącego).

Źródła, o jakich pisał M. Black, są właśnie tymi elementami wypowiedzi, których szukałem w analizowanym materiale. Odgrywają one kluczową rolę, ponieważ stanowią punkty węzłowe, w których znajdują wyraz omawiane przeze mnie do tej pory koncepcje. Istotą tego typu wyrazów jest ich częściowo przezro-

czysty charakter. Zachowują się jak pryzmaty spektralne²³, rozszczepiające wiązkę światła i zmieniające jej kierunek. Dlatego też będę je nazywał **pryzmatami konceptualnymi**. Dzięki nim patrzymy na daną dziedzinę czy domenę i otrzymujemy jej zupełnie nowy obraz²⁴. Słowa takie kierują bowiem częściowo nasze myśli ku tej nowej domenie (a więc nasze postrzeganie ulega rozszczepieniu i zalamaniu, zupełnie tak, jak byśmy patrzyli w prawdziwy pryzmat).

Tak więc słowo, w danej wypowiedzi rozumiane metaforycznie, jest pryzmatem, przez który patrzymy na dany obiekt. Dzięki temu niektóre jego cechy ulegają uwypukleniu (te mianowicie, które wskazują na jego podobieństwo do obiektu będącego niemetaforycznym desygnatem słowa-pryzmatu), inne zaś pozostają w cieniu. Pryzmaty konceptualne mają zatem związek z profilowaniem, zwłaszcza zaś z profilowaniem podobieństwa. Jest to jednak profilowanie podwójne, gdyż działa nie tylko na poziomie konkretnych obiektów czy zjawisk, ale również na poziomie całych dziedzin. By to wyjaśnić, posłużę się przykładem z analizowanego przeze mnie materiału:

Po drugiej stronie siatki próbował mu dorównać jego rówieśnik Mariusz Wlazły (23 pkt), ale tego dnia Jordanow był głównym **aktorem**, kiepskiego zresztą, widowiska. (2007, 16, 12)

Wyróżniony tłustym drukiem pryzmat konceptualny *aktor* sprawia, że bułgarskiego siatkarza, Bojana Jordanowa, odbiorca postrzega jak aktora, odnajdując w nim pewne cechy wspólne z prawdziwym aktorem. Nie jest to jednak koniec

²³ W fizyce pryzmat spektralny jest rodzajem pryzmatu optycznego. Jest to „pryzmat rozszczepiający wiązkę świetlną i najczęściej zmieniający jej kierunek, stosowany w urządzeniach spektralnych, np. w spektrografie do otrzymywania widm optycznych” [*Słownik fizyczny. Optyka i akustyka* 1991: 73].

²⁴ Por. słowa M. Blacka: „założmy, że nocą spoglądam na niebo przez mocno zaciemniony kawałek szkła, na którym pozostawiono przejrzyste linie. Zobaczę jedynie te gwiazdy, które znajdują się na liniach tego improwizowanego ekranu; widziane gwiazdy łączy struktura ekranu. O metaforze możemy myśleć jako o takim ekranie, natomiast siatka linii na ekranie to system »banalnych skojarzeń« naszego słowa. Można powiedzieć, że przedmiot główny »widzimy poprzez« wypowiedzenie metaforyczne – że następuje »projekcja« przedmiotu głównego na płaszczyznę przedmiotu pomocniczego” [Black 1971: 229].

W tym miejscu należy również wspomnieć o podobnym sposobie myślenia R. Langackera, który dla wyjaśnienia mechanizmu powstawania wyrażeń złożonych posługuje się, jak sam stwierdza, **metaforą postrzegania wzrokowego**. Zgodnie z nią, istnieje pewna asymetria między strukturą złożoną i strukturą składową – polega ona na skupieniu uwagi na strukturze złożonej przy jednoczesnym traktowaniu struktury składowej jako tła. Analizowany przez amerykańskiego badacza przykład angielskiego słowa *triangle* („trójkąt”) w pełni oddaje sens tych rozważań – strukturą złożoną, na której skupia się uwaga użytkowników języka, jest tu „trójkąt”, natomiast strukturami składowymi, pozostającymi w tle, są następujące elementy: „trzy”, „kąt”, „bok”, „wielobok”. Według R. Langackera owe struktury składowe są obrazami na **przezroczystych kliszach**, przez które patrzymy, uzyskując w ten sposób obraz struktury złożonej [Langacker 1995: 81]. Różnica polega na tym, że R. Langacker nie odnosi się do metafor, lecz do wyrazowych struktur złożonych.

oddziaływania pryzmatu, ponieważ na ogólniejszym poziomie jego obecność skutkuje postrzeganiem sportu jako rozrywki (w tym przypadku – teatru lub filmu). Podobnie działa drugi pryzmat, którego można doszukać się w powyższym fragmencie – *widowisko* (zmienia postrzeganie zarówno meczu siatkówki, jak i w ogóle sportu).

W tym miejscu muszę wyraźnie zaznaczyć, że zmiana postrzegania **nie oznacza** pełnego utożsamienia zestawianych przez metaforę obiektów lub dziedzin. Pryzmat konceptualny powoduje rozszczepienie zestawu wszystkich cech obiektu na pojedyncze cechy lub ich wiązki (może to dotyczyć zarówno dowolnych cech, jak i ograniczonych do jednej przestrzeni, o czym wspominałem wyżej przy okazji omawiania teorii Amosa Tversky’ego). Jego zastosowanie zatem umożliwia manipulowanie sposobem postrzegania danego obiektu i umożliwia dokonywanie ocen na podstawie szczątkowych wskazówek. Jest to też możliwe rozwiązanie problemu opracowanej przez Georga Lakoffa hipotezy inwariancji. Zgodnie z nią każde odwzorowanie metaforyczne zachowuje strukturę dziedziny źródłowej. Kłopotliwe dla G. Lakoffa i innych badaczy były jednak przypadki, kiedy dziedziny źródłowa i docelowa nie zgadzały się ze sobą do tego stopnia, że niemożliwe wydawało się utrzymanie struktury dziedziny źródłowej (np. w metaforze ŻYCIE TO PODRÓŻ). Być może więc hipoteza jest zbyt radykalna. Zdaje się bowiem zakładać spory stopień utożsamienia dziedzin odwzorowania metaforycznego, podczas gdy metafora nie wskazuje tożsamości, a jedynie pewne podobieństwa. Pryzmaty byłyby więc rozwiązaniem problemu powstającego w przypadku dziedzin o niezgadzających się ze sobą strukturach – uruchamiają bowiem tylko te części struktur obu dziedzin, które do siebie „pasują”²⁵.

2.5. Metafora a punkt widzenia

Wskazany przeze mnie związek pryzmatów konceptualnych z profilowaniem zbliża je znacznie do zagadnienia punktu widzenia. Rzeczywiście, pryzmaty nie tylko wprowadzają metafory, ale także są wyraźnymi śladami punktu widzenia nadawcy. Zmieniają postrzeganie danego obiektu (i danej dziedziny) zgodnie ze stanowiskiem, jakie wobec niego zajmuje autor komunikatu. Kwestia ta wymaga powrotu do wskazywanego przeze mnie w pierwszym rozdziale rozróżnienia na punkt widzenia **konwencyonalny i osobisty**.

Jak zaznaczyłem wyżej, rozróżnienie punktu widzenia konwencyonalnego i osobistego może nastroczać trudności natury metodologicznej. Nie dotyczy to jednak wszystkich wypowiedzi. Wydaje się, że tam, gdzie pojawiają się pryzmaty konceptualne, sprawa nie jest aż tak trudna. Przypomnę w tym miejscu cytowa-

²⁵ Więcej o hipotezie inwariancji i możliwych rozwiązaniach związanych z nią problemów w: Libura 2000.

nego w pierwszym rozdziale Jarosława Płuciennika, który stwierdził za Danem Sperberem, że „proces komunikacji polega na transformowaniu przedstawień. Szansę na zaistnienie w kulturze mają tylko takie reprezentacje, które są powtarzalnie komunikowane i minimalnie przetransponowane w procesie komunikacji” [Płuciennik 2004: 209]. Koncepcję tę J. Płuciennik rozwinął w również cytowanym już fragmencie:

mechanizm presuponowania i pragmatyka znaczników iluzji skłania raczej do przyjęcia modelu komunikacji, wzorowanego na współzawodnictwie (gr. *agon*), w którym to modelu uczestnicy zachowań komunikacyjnych konkurują ze sobą w definiowaniu rzeczywistości. Wygrywający tę rywalizację i jego język stają się podstawą zachowań mimetycznych i identyfikacyjnych odbiorców [Płuciennik 2002: 63].

Kluczem jest w tej koncepcji **powtarzalność** zachowań językowych – „zwy-cięski” w komunikacji-rywalizacji punkt widzenia zostaje utrwalony poprzez na-śladownictwo, czyli zachowania mimetyczne kolejnych użytkowników języka.

Z powyższych rozważań wynika więc, że najczęściej powtarzany punkt widzenia jest jednocześnie najbardziej skonwencjonalizowany. Twierdzenie to można z łatwością zastosować do pryzmatów konceptualnych, bowiem niektóre spośród nich także powtarzają się w analizowanym przeze mnie materiale czę-ściej niż inne. Dlatego też da się wyróżnić konwencjonalne i niekonwencjonalne pryzmaty konceptualne.

Jak wyżej ustaliłem, pryzmaty są językowymi śladami metafor. Każdy z nich wprowadza zaś nie tylko nowe postrzeganie konkretnego obiektu, ale także całej dziedziny życia, jaką jest sport. Owe zmiany w postrzeganiu mogą być dzielone, grupowane i łączone w spójne całości. Przede wszystkim ze względu na dzie-dziny, jakie wprowadzają do odwzorowania metaforycznego. Dziedziny te będą, za J. Zinkenem, nazywał **modelami metaforycznymi**. Zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami, są one odpowiednikami pojęć metaforycznych G. Lakoffa i M. John-sona, jednak nazw tych nie będę stosował wymiennie (sam J. Zinken podkreślał, że wprowadzonemu przez niego terminowi bliżej do schematów wyobrazenio-wych; na uwagę zasługuje również fakt, że modele metaforyczne są w pewnym sensie wiązkami profilów, zaproponowanymi przez cytowaną wyżej Małgorzatę Brzozowską, ponieważ łączą w sobie różne sposoby postrzegania danej dziedzi-ny, mające wspólny mianownik, na przykład – pryzmaty odwołujące się do wojny łączą się w model WOJNA, choć każdy z nich może zestawiać dany obiekt ze swoim niemetaforycznym desygnatem ze względu na inną cechę lub przestrzeń cech). Zdecydowałem się na nazewnictwo Zinkenowskie, ponieważ z koncepcji niemieckiego badacza zaczerpnę także dwa inne terminy – określające dwa typy punktu widzenia, dające się dostrzec w modelach metaforycznych i pryzmatach konceptualnych. Są to: **punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat** (dla uproszczenia w analizie materiału będę się posługiwał jednym słowem

– **kreator**) i **punkt widzenia obserwatora** (w analizie materiału – **obserwator**). Każdy z nich może być oczywiście realizowany za pomocą środków konwencjonalnych i niekonwencjonalnych.

Charakteryzowanie pryzmatów za pomocą Zinkenowskich typów punktu widzenia uzasadniam kluczową rolą, jaką mogą one odgrywać w działaniach perswazyjnych podejmowanych przez autorów tekstów. Znaczenie tychże punktów widzenia wiąże się z przytaczaną w rozdziale pierwszym teorią empatii i wynika z ich potencjału do oddziaływania na procesy identyfikacji odbiorcy i nadawcy tekstu (szerzej o tym w rozdziale trzecim).

Podsumowanie

Rozdział pierwszy poruszał istotną dla moich rozważań kwestię punktu widzenia i jego wszechobecności w wypowiedziach. Pokazywał także miejsce perspektywy postrzegania w ludzkim procesie poznania. W drugim rozdziale wskazałem na szczególnie przypadek obecności punktu widzenia w tekście – **metaforę**.

Jak wykazałem, założenie, że metafora tworzy podobieństwa między obiektami, jest w dużej mierze nieprawdziwe, choć też niecałkiem błędne – **postrzeżenie podobieństwa przez nadawcę musi poprzedzić stworzenie metafory**. Z kolei w już powstałym komunikacie odbiorca musi owe podobieństwa dostrzeżone przez nadawcę odtworzyć, aby uznać zasadność użycia takiej, a nie innej przenośni. W trakcie interpretacji odbiorca może jednak doszukać się innych analogii, a niektóre z nich mogą być bardzo twórcze – w tym sensie więc metafora tworzy podobieństwa (ponieważ mobilizuje adresata komunikatu do ich poszukiwania).

Istotą podobieństwa zaś jest, zgodnie z koncepcją Amosa Tversky’ego, jego **nieobiektywny charakter**. Decydują o tym dwa zjawiska.

Po pierwsze, wyodrębnianie w obiektach pewnych **przestrzeni cech** (np. w przypadku państw – przestrzeń cech politycznych, przestrzeń cech gospodarczych itp.). Branie pod uwagę tylko takich pojedynczych aspektów sprawia, że można sterować postrzeganiem obiektów jako podobnych do siebie (lub odwrotnie – zupełnie różnych). Istotą jest w tym przypadku skupienie uwagi na tych cechach, które są w danej chwili ważne dla nadawcy (jak wskazywałem w rozdziale pierwszym, taka wybiórczość uwagi jest dowodem subiektywności ludzkiego poznania – w tym przypadku zaś może być ona wykorzystywana do wpływania na innych). Taką czynność nazywam **profilowaniem podobieństwa**. Wiąże się ona bezpośrednio ze zjawiskiem profilowania (opisywanym m.in. przez R. Langackera, J. Bartmińskiego czy M. Zawisławską), którego najważniejszą cechą jest podświetlanie (czy też uwypuklanie) pewnych cech pojęcia, a usuwanie w cień innych (być może wiąże się to z zachodzącą w mózgu człowieka **indukcją ujemną**, polegającą na intensywniejszym wykorzystaniu jednego obszaru kory mózgowej przy jednoczesnym stłumieniu obszarów sąsiednich).

Po drugie zaś, A. Tversky wskazywał na **asymetrię relacji podobieństwa**, której skutkiem jest subiektywność w jego ocenie. Podobieństwo ma więc zawsze określony kierunek, od obiektu bardziej wyrazistego do mniej wyrazistego (np. postrzeganie syna jako podobnego do ojca, a nie odwrotnie).

Jak zauważyłem, asymetria relacji podobieństwa może mieć w wielu przypadkach związek z **bliskością doświadczeniową**, za bardziej wyraziste uznajemy bowiem te obiekty, z którymi mieliśmy kontakt (zwłaszcza częsty kontakt, nie zaś jednorazowy, choć i takie doświadczenie czyni obiekt bardziej wyrazistym w umyśle człowieka niż przedmiot, z którym nigdy nie miał do czynienia). Takie rozumienie podobieństwa bardzo dobrze komponuje się z rozważaniami dotyczącymi punktu widzenia. Obiekty bowiem są do siebie podobne zawsze z **czyjegoś punktu widzenia**.

Ponieważ, jak wspominałem, metafora bazuje na podobieństwie, musi również dziedziczyć jego kierunek. W tym względzie moje ustalenia są zgodne z wynikami badań A. Libury, według której przenieśnię mają charakter **jednokierunkowy i nie mogą być odwracane** (oczywiście da się odwrócić metaforę, zwłaszcza w myślach, ale efekt będzie najprawdopodobniej niezrozumiały dla odbiorcy). Odwrócenie metafory może spotkać się ze zrozumieniem odbiorcy w przypadku, gdy jest motywowane przez wspólną dla nadawcy i odbiorcy wiedzę²⁶ (ponownie można tu mówić o bliskości doświadczeniowej).

Jednokierunkowość metafory wynikająca z asymetrii relacji podobieństwa można wiązać z zagadnieniem **konwencjonalizacji** niektórych przenieśni (np. *Ktoś rzucił się na kogoś jak lew* jest sformułowaniem bardziej konwencjonalnym niż *Ktoś rzucił się na kogoś jak pająk*). Gdyby zgodzić się z cytowanym w tym rozdziale Maksem Blackiem, trzeba by uznać, że taki stan rzeczy nie ma żadnej wyraźnej przyczyny. Tymczasem jego wytłumaczeniem może być właśnie koncepcja A. Tversky'ego. Pewne obiekty wydają się nam bardziej wyraziste od innych, dlatego (lub może ponieważ) wiąże się z nimi więcej stereotypów niż z innymi i to czyni je dobrymi punktami odniesienia, wykorzystywanymi częściej w porównaniach i metaforach²⁷. Z kolei, zgodnie z zaprezentowaną w pierwszym rozdziale koncepcją komunikacji jako rywalizacji, zwycięskie konceptualizacje (a więc również przenieśnię) są powielane przez innych użytkowników języka. Stąd też pewne metafory są uważane za konwencjonalne, inne zaś można nazywać twórczymi lub zaskakującymi (przy czym efekt zaskoczenia, w zależności od sytuacji komunikacyjnej, bywa przydatny bądź zgoła odwrotnie).

Zagadnienie konwencjonalizacji metafor przywołuje siłą rzeczy kwestię konwencjonalizacji punktów widzenia. Ponieważ metafory, nawet te zleksykalizowane, wyrażają zawsze **czyjś punkt widzenia**, zasadne jest poszukiwanie sposobów wyodrębnienia owej perspektywy postrzegania nadawcy. Prowadzi to do teorii

²⁶ Twierdzenie to nie ma zastosowania do poezji, w której metafory mogą być i są odwracane.

²⁷ Warto w tym miejscu przypomnieć, że według gramatyki komunikacyjnej [A. Awdiejew, G. Habrajska] porównanie jest metaforą w postaci izomorficznej.

metafory G. Lakoffa i M. Johnsona oraz do koncepcji J. Zinkena. Amerykański duet wskazał, że metafory sterują naszym doświadczeniem i dotyczą przede wszystkim pojęć – stąd ich nowy termin, pojęcie metaforyczne. Jak stwierdza ją, „**istotą metafory jest rozumienie i doświadczanie pewnego rodzaju rzeczy w terminach innej rzeczy**” [Lakoff, Johnson 1988: 27]. Cytat ten jest kwintesencją teorii metafory zaproponowanej przez obu badaczy. Jest też tym, co decyduje, że uważam zaproponowane przez J. Zinkena pojęcie **modelu metaforycznego** za odpowiednik terminu G. Lakoffa i M. Johnsona.

Modele metaforyczne, zdaniem J. Zinkena, umożliwiają mówienie o danej dziedzinie jak o innej (np. o polityce jak o wojnie). Ich ważną cechą jest jednak zdolność do przenoszenia punktów widzenia (o czym w swej teorii nie wspominali G. Lakoff i M. Johnson). Zaproponowane przez niemieckiego badacza dwa podstawowe typy punktów widzenia (**podmiotu kształtującego swój świat i obserwatora**) wykorzystam w dalszej części swojej pracy.

Obie omówione koncepcje wskazują na pojęciowy charakter metafor. Jak jednak wskazałem wyżej, badacz metafory musi poszukiwać jej obecności w języku.

Dlatego za podstawowe dowody myślenia metaforycznego uznaję tzw. **pryzmaty konceptualne**, czyli słowa, które w danym kontekście rozumiane są metaforycznie, dzięki czemu umożliwiają nowe spojrzenie zarówno na obiekt, do którego odnosi się wypowiedź, jak i na całą dziedzinę, z którą obiekt ten jest związany.

Ważną cechą pryzmatów jest ich **zdolność do profilowania**, dzięki czemu skupiają uwagę odbiorcy jedynie na niektórych spośród wszystkich cech obiektu i dziedziny. Umożliwia to nadawcy działania perswazyjne, realizowane przez narzucenie odbiorcy swojej, ograniczonej do jednej przestrzeni cech, perspektywy postrzegania obiektu bądź dziedziny.

Ponieważ pryzmaty wprowadzają konkretne metafory oraz, na ogólniejszym poziomie, modele metaforyczne, siłą rzeczy również one ulegają zjawisku konwencjonalizacji. Cechą decydującą o uznaniu pryzmatu za konwencjonalny lub niekonwencjonalny uczyniłem powtarzalność, co pozostaje w zgodzie ze wspomnianą wyżej koncepcją komunikacji jako rywalizacji punktów widzenia (powtarzane częściej punkty widzenia utrwala się i stają się konwencjonalne, zatem pryzmaty, jako językowe ślady punktów widzenia, podlegają temu samemu procesowi).

Rozdział 3

MODELE METAFORYCZNE I PRYZMATY KONCEPTUALNE W METAFORYCE KOMENTATORÓW SPORTOWYCH

3.1. Charakterystyka sytuacji komunikacyjnej w mediach masowych

W poprzednich dwóch rozdziałach zarysowałem podstawowe dla moich rozważań założenia teoretyczne. Najważniejszymi z nich są przekonania o obecności punktu widzenia (konwencjonalnego bądź osobistego) w każdej wypowiedzi (jako efektu podmiotowości procesu poznania), co skutkuje narzucaniem przez nadawcę swojej perspektywy postrzegania odbiorcom, oraz o subiektywnym charakterze postrzegania podobieństwa między obiektami, których konsekwencją jest odwzorowywanie w metaforach punktu widzenia nadawcy.

Szczególnym miejscem, w którym te zjawiska dają o sobie znać z dużą siłą, są przekazy medialne. Ich perswazyjność była obiektem badań naukowych już od początków XX w.¹, mimo deklaracji samych praktyków o dążeniu do obiektywności. Wojciech Furman wśród zasad obiektywizmu dziennikarskiego wylicza rzetelność, bezstronność i oddzielanie faktów od komentarzy [por. Furman 2009: 143]. Sam jednak wskazuje złożoność problemu, uznając, że dobór faktów do opublikowania zależy od oceny wartości informacji, od osobistych preferencji dziennikarza, a następnie redaktora (dokonuje selekcji), wreszcie od linii redakcyjnej².

¹ Etapem prekursorskim było tzw. Mass Media Research, zapoczątkowane w drugiej połowie lat 20. ubiegłego stulecia w Stanach Zjednoczonych.

² Z kolei zdaniem P. Nowaka i R. Tokarskiego „punkt widzenia w przekazie medialnym może mieć charakter bardzo subiektywny, jednostkowy, właściwy konkretnemu autorowi konkretnego tekstu, ale może być też wykładnikiem poglądów instytucjonalnych, np. zespołu redakcyjnego” [Nowak, Tokarski 2007: 19].

Dziś już nawet informacje prasowe uznawane są za nie do końca obiektywne³. Podstawą funkcjonowania mediów jest **interpretacja świata**, dostarczana odbiorcom w postaci przeróżnych form wypowiedzi dziennikarskiej. Niejednokrotnie nawet mówi się o manipulowaniu odbiorcami przez środki masowego przekazu (gdyby jednak z góry założyć, że media nie informują, lecz interpretują, trudno byłoby w ich działaniach doszukiwać się manipulacji). Zdaniem Pawła Nowaka i Ryszarda Tokarskiego „wydaje się wręcz, że ani obiektywizm w przekazie informacji o rzeczywistości, ani pełne zaufanie ze strony odbiorców nie są współczesnym mediom w ogóle potrzebne, bo nie oczekują od nich tego odbiorcy” [Nowak, Tokarski 2007: 11].

Należy w tym miejscu podkreślić to, co jest niesłychanie ważne w przypadku sytuacji komunikacyjnej w mediach – siłę, jaką okoliczności dają nadawcy i jego punktowi widzenia. Role uczestników aktu komunikacji w mediach są wyraźnie niesymetryczne. Zdecydowaną przewagę ma nadawca, ponieważ jedynie jego zdanie wybrzmiewa. Jest to komunikacja pośrednia, w której nie występuje sprzężenie zwrotne bezpośrednie, dzięki czemu odbiorca nie może podjąć polemiki (nie dochodzi więc do sygnalizowanej przeze mnie w pierwszym rozdziale negocjacji punktów widzenia).

Taki układ sił powoduje, że przekazy medialne stają się narzędziami narzucania wizji świata (nie bez przyczyny mówi się choćby o opiniotwórczych pismach), przez co zyskują konkretną funkcję. Według cytowanych powyżej P. Nowaka i R. Tokarskiego

przekazy medialne stawiają sobie za zadanie nie tylko przekazywanie prostych informacji, lecz także – a być może coraz częściej – kształtowanie postaw odbiorcy, nakłonienie go do aktywnego udziału w aktualnie realizowanym akcie komunikacji, narzucanie mu określonego światopoglądu czy systemu wartości. Kreatywność staje się narzędziem do realizacji zadań perswazyjnych [Nowak, Tokarski 2007: 10].

Takie ukierunkowanie działalności mediów siłą rzeczy zakłada wspomnianą przeze mnie niesymetryczność relacji na linii nadawca – odbiorca, co umacnia

³ Por. rozważania Marii Wojtak: „W wielu pracach, poświęconych tej problematyce [obiektywności przekazu – przyp. R. S.], znajdujemy obszerne rozważania na temat sposobów obiektywizacji przekazu dziennikarskiego. Zaleca się przede wszystkim sięganie do różnych źródeł i pokazywanie przeciwstawnych poglądów, co pozwala odbiorcy ocenić wiarygodność stanowisk. [...] Po uwzględnieniu różnorodnych zjawisk i okoliczności, które nie sprzyjają zachowaniu obiektywizmu, oczekuje się ostatecznie od dziennikarzy jedynie takiego pisania, by sprawiało ono wrażenie bezstronności. [...] Obecnie jednak największe zagrożenie dla obiektywizmu i bezstronności informacji widzi się w chęci uatrakcyjnienia przekazu, by czytelnika zaskoczyć lub zaszokować, oraz wiązania informacji z rozrywką” [Wojtak 2004: 31]. Jest to widoczne szczególnie w dziennikarstwie sportowym – nawet w gatunkach, które uznać można za informacyjne (np. w relacji), konieczne jest barwienie opisywanych zdarzeń, aby odbiorca, który nie miał okazji obejrzeć danego wydarzenia, mógł niejako „zobaczyć” je oczami dziennikarza [por.: Andrews 2009: 51]. Opis musi być więc żywy, co sprzyja powstawaniu metafor.

nadawcę na stanowisku tego uczestnika aktu komunikacji, który narzuca swoją perspektywę postrzegania⁴. P. Nowak i R. Tokarski ujmują to bardzo dobitnie, stwierdzając, że

na ostateczny kształt kreowanej przez medium masowe wizji świata ogromny wpływ ma także inna makrointencja – „Chcę, żebyś bezwarunkowo zaakceptował moją wizję świata, przyjął bezkrytycznie moje opinie i sądy o rzeczywistości”. Widoczna w tej intencji perswazyjność tekstów medialnych, na równi z postulowaną we wcześniejszym celu komunikacyjnym atrakcyjnością aktów mowy pojawiających się w mediach, determinuje ostateczny kształt przekazu informacyjnego i/lub publicystycznego [Nowak, Tokarski 2007: 14–15].

Jest to bardzo dobitna deklaracja, potwierdzająca moje przekonanie, że nadawcy komunikatów medialnych w szczególnie sposób narzucają swoje perspektywy postrzegania odbiorcom.

Na czym polega owa szczególność, częściowo już wyjaśniłem (asymetria relacji nadawca–odbiorca). Jest jednak jeszcze jedna przyczyna, wynikająca ze specyfiki komunikowania w mediach – dziennikarz staje się pośrednikiem między wydarzeniem a czytelnikiem, widzem lub słuchaczem. Daje mu to możliwość przedstawiania scenariusza zdarzeń tak, jak sam je postrzega (nie jest przy tym ważne, czy był ich świadkiem, czy nie), a odbiorca, z braku innych możliwości, musi taki przekaz przyjąć (wprawdzie ma do wyboru inne media, zawsze jednak uzyskany z nich obraz wydarzeń będzie obrazem zapośredniczonym). Niemożność weryfikacji informacji jest tym, co daje środkom masowego przekazu dużą swobodę w interpretacji świata.

W prasie, z której pochodzi większość analizowanego przeze mnie materiału językowego, sytuacja przypomina nieco okoliczności powstawania i odbioru tekstu literackiego. W rozważaniach na temat wykorzystania zjawiska empatii w badaniach poetyki dzieła literackiego cytowany w rozdziale pierwszym Jarosław Płuciennik stwierdza, że

jeśli uwzględnimy obecność empatii w zachowaniach językowych, język staje się podobny do symulatora wirtualnej rzeczywistości. Użytkownik języka musi się zgodzić na świat widziany przez innego użytkownika (w myśl tej metafory: przez jego gogle i jego rękawice), aby w ogóle móc zrozumieć innego. Dyskurs jest światem wspólnym wszystkich użytkowników (co nie wyklucza dialogu i niezgody, jak również swoistej konkurencji obrazów świata). Natomiast dzieło literackie, wobec fizycznej nieobecności jednego z najważniejszych uczestników komunikacji, narzuca jej szczególnie monologiczny charakter. Dzieło literackie wymusza rekontekstualizację, co oznacza wzmożone czynności symulacyjne czytelnika [Płuciennik 2002: 142–143].

⁴ Według P. Nowaka i R. Tokarskiego nawet przekazy informacyjne ulegają personalizacji, a dzieje się to za sprawą określonego wyboru wiadomości, które zostaną przekazane, oraz indywidualizacji języka, uzależnionej od autora informacji [por. Nowak, Tokarski 2007: 11]. M. Wojtak zwraca uwagę, że „spełnianie postulatu obiektywizmu oznacza także depersonalizację komunikatu” [Wojtak 2004: 31] – być może więc założenie o braku możliwości wyzbycia się własnego punktu widzenia wyjaśnia trudności w osiągnięciu całkowitego obiektywizmu w tekstach dziennikarskich.

Podobnie wzmożone czynności symulacyjne obowiązują czytelnika prasy. Przyjęcie przez niego perspektywy nadawcy (dziennikarza) jest konieczne dla zrozumienia tekstu. Oczywiście, nie trzeba zgadzać się z autorem, ale sygnalizowany wyżej brak sprzężenia zwrotnego uniemożliwia podjęcie negocjacji. Zresztą nawet dyskusja zmieniałaby niewiele, ponieważ wciąż uczestnicy aktu komunikacji pozostawaliby w ramach zaproponowanej przez nadawcę przestrzeni cech obiektu lub zdarzenia, którego dotyczyłaby rozmowa. Według Tomasza Piekota punkt widzenia wymusza na odbiorcy tekstu przyjęcie pewnej postawy w procesie komunikacji oraz decyduje o budowie przekazu [por. Piekot 2004: 128]. Postawa, o której wspomina, to efekt sterowania przebiegiem komunikacji przez nadawcę (każda odpowiedź odbiorcy jest reakcją na wcześniejsze zachowanie mowne nadawcy, a więc również na zawarty w nim punkt widzenia).

Przekonanie o tendencji dziennikarzy (tu: prasowych) do narzucania swojej perspektywy postrzegania czytelnikom nie jest powszechnie podzielane. Marta Wójcicka uważa, że „teksty publicystyczne (także ze względów komercyjnych) pisane są z punktu widzenia przeciętnego czytelnika. Starają się dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, toteż piszący przyjmuje punkt widzenia przeciętnego człowieka” [Wójcicka 2004: 204]. Stwierdzenie takie wydaje się sensowne, ponieważ rzeczywiście jednym z celów dziennikarzy prasowych jest docieranie do jak największej liczby odbiorców. Uważam jednak, że osiągają to przez jedynie **pozorne** przyjęcie punktu widzenia przeciętnego czytelnika. Zgodnie z przytoczoną w rozdziale pierwszym teorią empatii (i języka jako symulatora) istotą tworzenia i odbioru tekstu pisanego jest proces **identyfikacji**. Nigdy jednak nie można mówić o pełnej **identyczności**, dlatego autor może co najwyżej **wyobrażać** sobie perspektywę odbiorcy. Jeśli więc pisze „z punktu widzenia” przeciętnego czytelnika, to w istocie jest to tylko jego własny punkt widzenia na to, jak wygląda punkt widzenia czytelnika (podobnie było w przypadku omawianego w rozdziale pierwszym przykładu wiersza *Kot w pustym mieszkaniu*). Dużo bardziej wiarygodnie brzmi więc propozycja P. Nowaka i R. Tokarskiego, by prób dotarcia do dużej liczby odbiorców upatrywać w kreowaniu przez dziennikarzy sytuacji pragmatycznej:

naśladowanie przez dziennikarzy komunikacji interpersonalnej powoduje, że próbują oni zdefiniować, nieznaną im w rzeczywistości, otoczenie komunikacji, nadać stworzonemu przez siebie aktowi porozumiewania się umiejscowienie i/lub osadzenie w czasie [...]. Dzięki tym prostym zabiegom sprawiają wrażenie, że wiedzą, co w danej chwili dzieje się w domu odbiorców albo czym się zajmują ci, do których wysłany został komunikat medialny [Nowak, Tokarski 2007: 20–21].

Jest to zatem **zabieg identyfikacyjny**, mający na celu jedynie **stworzenie pozorów** nadawania komunikatu z punktu widzenia odbiorcy. Dziennikarz postępuje jak autor dzieła literackiego, wymuszając na czytelnikach empatię (choć sam niejako udaje współodczuwanie z odbiorcami). Potwierdzają to spostrzeżenia kolejne słowa P. Nowaka i R. Tokarskiego, według których

jest to kreowanie oparte na przywołaniu konwencjonalnych, standardowych scenariuszy, np. „Jest rano, więc idziesz do pracy, a zatem na pewno się spieszysz”, lub tworzenie warunków poprawiających skuteczność aktualnie realizowanych albo zapowiadanych aktów komunikacji. Pełna kreacja kontekstu pragmatycznego umożliwia w takim wypadku efektywne i efektowne wprowadzenie tematu lub skomentowanie poprzedniej wypowiedzi [Nowak, Tokarski 2007: 21].

Słowa te zdecydowanie potwierdzają moje przekonanie, że tego typu zabiegi są jedynie sposobem na zwiększenie skuteczności narzucenia przez nadawcę własnej perspektywy. Jak sygnalizowałem w pierwszym rozdziale, mechanizmy identyfikacyjne, o których pisał J. Płuciennik, mogą być wykorzystywane w reklamie, ponieważ przedstawiają punkt widzenia nadawcy w taki sposób, by wydawało się, że jest to punkt widzenia odbiorcy. Z taką samą sytuacją mamy do czynienia w przypadku tekstów prasowych – dziennikarz dąży niejednokrotnie do narzucenia swojej perspektywy tak, by odbiorca przyjął ją jako swoją. To właśnie sprawia, że czytelnicy akceptują patrzenie na świat przez „gogle innego”.

Taka specyfika sytuacji komunikacyjnej w mediach sprzyja twórcemu wykorzystywaniu utrwalonych w danej kulturze modeli metaforycznych lub tworzeniu i rozpowszechnianiu zupełnie nowych. Ponieważ są one nośnikami punktów widzenia, zarówno konwencjonalnych, jak i osobistych, utrwalają postrzeganie świata zgodne z perspektywą nadawcy. Siłą modeli metaforycznych jest ich presupozycyjny charakter – nie wybrzmiewają *explicite*, pozostają jednak w tle jako z góry założony, faktyczny stan rzeczy (jak wspominałem w rozdziale pierwszym, zrozumienie wypowiedzi wymaga od odbiorcy uwzględnienia treści presuponowanej). Poszczególne metafory, wprowadzane przez konkretne pryzmaty, mogą być uznawane za nieudane, nieestosowne lub niezrozumiałe, jednak sposób postrzegania danego obiektu czy zjawiska, oddziałując w tle, pozostaje niezakwestionowany.

Interesujące mnie teksty dziennikarzy sportowych wydają się bardzo dobrym materiałem, w którym można odnaleźć ślady działania omawianych mechanizmów – narzucania punktu widzenia oraz bogatej metaforyki. Z łatwością można przewidzieć, że będą to teksty nasycone emocjami, a tym z kolei potencjalnie towarzyszą metafory, zwłaszcza oryginalne. W naturalny więc sposób moje zainteresowanie zwróciło się ku komunikatom medialnym związanym ze sportem. Analiza sposobu postrzegania sportu (na podstawie pryzmatów conceptualnych i reprezentowanych przez nie modeli metaforycznych) posłuży jedynie za przykład powszechnego moim zdaniem zjawiska, jakim jest narzucanie własnego punktu widzenia odbiorcom.

3.2. Charakterystyka materiału radiowo-telewizyjnego

Punktem wyjścia dla wspomnianej analizy był materiał, jaki zebrałem w 2004 r. Moją uwagę zwróciła bardzo wyraźnie zarysowana tendencja do postrzegania sportu na dwa dominujące sposoby. Z jednej strony było to traktowanie

tej dziedziny jako rywalizacji wojennej, z drugiej zaś – jako rozrywki. W przygotowywanym wówczas opracowaniu wykorzystałem metodę analizy metafor za pomocą wskazywania cech wspólnych zestawianych przez nie domen lub obiektów, zaproponowaną przez Teresę Dobrzyńską [por. 1994]. Nie miało to więc związku z pryzmatami konceptualnymi. Materiał z 2004 r. przeanalizowałem po raz drugi w czasie prac nad niniejszym opracowaniem. Mając w pamięci wnioski, do jakich wówczas doszedłem, mogłem teraz wysunąć pewne przypuszczenia, dotyczące modeli metaforycznych i pryzmatów w wypowiedziach komentatorów sportowych (telewizyjnych i radiowych) oraz ich porównania z tekstami prasowymi z 2007 r., które analizuję w rozdziale czwartym.

Zanim przystąpiłem do badań, założyłem, że specyfika sytuacji komentarza wydarzenia sportowego w telewizji lub radiu sprawia, że nadawca zachowuje się nieco inaczej niż w przypadku komunikatu nadawanego w prasie (prasowe relacje z imprez sportowych siłą rzeczy docierają do odbiorcy już po fakcie). Presja sytuacji komentarza „na żywo” decyduje o tym, że wypowiedzi są bardziej emocjonalne, a co za tym idzie, również wyraźniej uwydatniają punkt widzenia nadawcy. Dzieje się tak, ponieważ człowiek pozostający pod wpływem silnych emocji (a takich niejednokrotnie dostarczają rozgrywki sportowe) może mieć trudności z zachowaniem obiektywizmu⁵.

Indywidualny charakter takich komunikatów jest spowodowany także punktem obserwacji nadawcy – komentator sportowy ma widoczność zdeterminowaną warunkami na stadionie czy w hali sportowej. Trudno jest mu więc wykroczyć poza własne pole widzenia. Dodatkowo oddziałuje na niego presja uatrakcyjnienia przekazu – sprawozdawca telewizyjny musi nadać transmisji odpowiedni charakter, urozmaicić ją estetycznie (nie chodzi więc jedynie o czyste informowanie o sytuacji), czasem zaś nawet ożywiać, jeśli dane wydarzenie nie dostarcza pożądanych emocji. Z kolei przekaz radiowy nakłada wręcz na komentatora konieczność narzucania odbiorcom swojej perspektywy, ponieważ nie są im dostarczane bodźce wizualne. Innymi słowy, odbiorca transmisji radiowej musi poddać się

⁵ Por. zdanie praktyka, komentatora telewizyjnego, Tomasza Smokowskiego: „Komentator musi być w swoich emocjach autentyczny, dawać się nieść publiczności i atmosferze meczu. [...] Unikamy dopingowania się przed transmisją, ponieważ sztuczne emocje rodzą sztuczny przekaz. Oznacza to jednak, że kandydat na komentatora musi mieć w sobie dużą ekspresję, nacechowany emocjami głos bez cienia jakiegokolwiek zmanierowania” [Smokowski 2010: 182]. Kwestia autentyczności komentarza „na żywo” bezpośrednio wiąże się z problemem różnicy w komentowaniu wydarzeń sportowych z udziałem polskich sportowców i bez nich. Trudno oprzeć się wrażeniu, jeśli wsłuchać się w przekaz poszczególnych komentatorów, że dużo bardziej przeżywają rywalizację, w której startują polscy sportowcy. W ten sposób są w stanie zbudować silną więź z odbiorcami (poczucie, że wszyscy jesteśmy kibicami, zbliża słuchaczy/widzów do komentatora). To naturalne zjawisko pobudza do zastanowienia się nad ciekawą kwestią – jaki wpływ ma obecność Polaków na boisku, parkiecie, macie, torze na metaforę stosowaną przez komentatorów? Skoro emocje są silniejsze i autentyczne, można by spodziewać się większej liczby oryginalnych metafor. Jest to zagadnienie z pewnością warte zbadania.

identyfikacji z komentatorem i spojrzeć na świat przez jego „gogle” (nie ma innego wyjścia – komentator jest jego „oczami”). Daje to spore możliwości nadawcy, dzięki czemu można się spodziewać dużej kreatywności i subiektywności komunikatów.

Wskazane przeze mnie okoliczności każą spodziewać się przewagi osobistego punktu widzenia nad konwencjonalnym w materiale radiowo-telewizyjnym. Dotyczy to zarówno pryzmatów, jak i (w nieco mniejszym stopniu) modeli metaforycznych.

Materiał ten obejmuje 85 cytatów wybranych spośród komentarzy „na żywo” z zawodów sportowych, odbywających się od czerwca do października 2004 r. Podałem je analizie zarówno ilościowej, jak i jakościowej. Odnalazłem wśród nich łącznie 164 pryzmaty konceptualne, w tym 129 reprezentujących 8 dających się jednoznacznie wyróżnić modeli metaforycznych oraz 35 pryzmatów określonych przeze mnie jako VARIA (a więc wprowadzających modele metaforyczne trudne do nazwania i scharakteryzowania).

3.3. Wyniki analizy materiału radiowo-telewizyjnego.

Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne w języku komentatorów sportowych

W zebranych materiale można dostrzec pewne zjawiska, które następnie posłużą jako dane porównawcze dla korpusu tekstów prasowych. Tak też je potraktowałem – jako swego rodzaju poligon doświadczalny dla metody badań oraz źródło wniosków pożytecznych w dalszej pracy (próbka kontrolna). Wyniki analizy na poziomie modeli metaforycznych potwierdziły moje wstępne konstatacje, wskazujące na dwa sposoby postrzegania sportu – jako wojny i rozrywki. Jak się jednak okazało, zwłaszcza ten pierwszy wyraźnie dominuje nad pozostałymi, z których każdy reprezentowany jest jedynie przez kilka pryzmatów. Można to zaobserwować w tabeli 1.

Tabela 1. Frekwencja modeli metaforycznych w materiale radiowo-telewizyjnym

Model metaforyczny	L. PR.	P.W. (1)	P.W. (2)
1	2	3	4
WOJNA	79	Konwencjonalny	Kreator
VARIA	45	Osobisty	–
ROZRYWKA	23	Konwencjonalny	Kreator

Tabela 1 (cd.)

1	2	3	4
BUDOWNICTWO	5	Osobisty	Kreator
MOTORYZACJA	4	Osobisty	Kreator
RELIGIA	4	Osobisty	Kreator/Obserwator
GOSPODARKA	2	Osobisty	Kreator
MECHANIKA	2	Osobisty	Kreator

Uwaga: L.PR. – liczba pryzmatów, P.W. (1) – punkt widzenia konwencjonalny/osobisty, P.W. (2) – punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat/punkt widzenia obserwatora.

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać w tabeli 1, model metaforyczny WOJNA⁶ pojawia się ponad trzy razy częściej niż następny w kolejności – ROZRYWKA (łącznie modele te stanowią 62,19% wszystkich modeli; drugie miejsce zajmuje grupa VARIA, jednak jest to zbiór pryzmatów niejednorodnych, dlatego nie można w tym przypadku mówić o konkretnym modelu). Kolejne modele metaforyczne pozostają daleko w tyle, będąc reprezentowanymi łącznie przez 27 pryzmatów. Dwa spośród nich – GOSPODARKA i MECHANIKA – wprowadzić z powodu swej małej liczebności mogłyby zostać włączone do grupy VARIA, jednak nie pasują tam ze względu na łatwość ich wyróżnienia i określenia.

Taki układ frekwencji modeli metaforycznych sugeruje, że najbardziej konwencjonalnym sposobem metaforycznego mówienia o sporcie jest używanie pryzmatów wojennych i, ewentualnie, rozrywkowych. Jest to zarazem sygnał (choć nie można go traktować jednoznacznie ze względu na skromne rozmiary próbki kontrolnej), że język komentatorów sportowych obfituje w metafory o nacechowaniu indywidualnym, co potwierdzałoby moje wcześniejsze przypuszczenia. W tabeli 1 wyraźnie widać, że na poziomie modeli metaforycznych dominuje osobisty punkt widzenia (pięć modeli będących jego nośnikami oraz grupa VARIA wobec zaledwie dwóch wyrażających konwencjonalny punkt widzenia). Sprawa to, że można mówić o dwóch podstawowych sposobach postrzegania sportu – jako wojny i jako rozrywki.

Układ sił na poziomie modeli metaforycznych mógłby być jednak nieco mylący bez uwzględnienia poziomu pryzmatów konceptualnych. Tu bowiem trudniej

⁶ Pierwotnie zastanawiałem się nad inną nazwą dla tego modelu – AGON. Termin ten, zaczerpnięty z koncepcji ram interpretacyjnych Waltera Onga, oddawałby cechę sportu, która jest profilowana przez pryzmaty z tej grupy – rywalizację. Gubiłby się wtedy jednak metaforyczny sens użycia tego modelu. Dlatego też ostatecznie zdecydowałem się na nazwę WOJNA (zachowana zostaje agonistyczna natura sportu przy jednoczesnym wskazaniu, że pryzmaty reprezentujące ten model wywodzą się z dziedziny wojny).

jest mówić o konwencjonalnym punkcie widzenia. W tabeli 2 znajdują się najczęściej występujące w zebranych przeze mnie materiale pryzmaty.

Tabela 2. Frekwencja pryzmatów konceptualnych w materiale radiowo-telewizyjnym

Pryzmat	L.Pwt.	Model metaforyczny	Punkt Widzenia
Strzał	5	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Wygrać	5	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Pokonać	4	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Walczyć	4	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Czytać	3	VARIA (osobisty)	Kreator
Zamykać (Akcję)	3	VARIA (osobisty)	Kreator
Sito	3	VARIA (osobisty)	Kreator
Występ	3	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Występować	3	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Dynamit	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Eksplzja	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Generał	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Obrona	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Ofensywny	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Torpeda	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zwycięstwo	3	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Król (Królowa)	2	VARIA (osobisty)	Kreator
Prawa Ręka	2	VARIA (osobisty)	Kreator
Uczta	2	VARIA (osobisty)	Obserwator/Kreator
Prezentować	2	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Egzekutor	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Napastnik	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Przeciwnik	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Przegrać	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Snajper	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Walka	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Wojna	2	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator

Uwaga: L.PWT. – liczba powtórzeń.

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać, powtarzalność pryzmatów konceptualnych w materiale radio-wo-tewizyjnym jest znikoma. Spośród 164 pryzmatów zaledwie 27 występuje przynajmniej dwa razy. Nie pozwala to na wskazywanie, czy zakodowany jest w nich osobisty, czy konwencjonalny punkt widzenia. Dlatego też w tabeli 2 nie uwzględniłem rubryki dotyczącej tej cechy pryzmatów. Najczęściej pojawiające się słowa (*strzał, wygrać, pokonać, walczyć*) zapewne jednak nie przez przypadek wprowadzają model metaforyczny WOJNA. Ponieważ analiza materiału wskazuje, że jest on konwencjonalny, można wnioskować, że również część spośród reprezentujących go pryzmatów konceptualnych może być uznawanych za konwencjonalne. W przypadku przytoczonych powyżej czterech najczęstszych słów wiedza pozajęzykowa i pozamateriałowa pozwala przewidywać, że będą one licznie reprezentowane w materiale prasowym. Ich konwencjonalizacja jest łatwa do antycypowania, ponieważ są do tego stopnia nieodzowne dla języka wypowiedzi o sporcie, że ich metaforyczność jest trudno uchwytna w codziennej praktyce językowej (wymaga refleksji metajęzykowej). Dlatego też taki układ tabeli nie był dla mnie niespodzianką.

Wyraźna dominacja w powyższym zestawieniu pryzmatów reprezentujących model metaforyczny WOJNA potwierdza, że jest to główny sposób językowego konceptualizowania myśli związanych ze sportem. Jak zaznaczałem w rozdziale pierwszym, wypowiedzi językowe traktuję jako ślad konceptualizacji mentalnej, jako dowód na pewien sposób myślenia podmiotu poznającego o świecie. Dlatego też analiza nawet stosunkowo uboższego materiału doprowadziła mnie do wniosku, że sport traktowany jest jak rywalizacja o charakterze wojennym. Jest to konstatacja zgodna z przytaczanymi przeze mnie w poprzednim rozdziale poglądami Waltera Onga. Jak pisze Tomasz Piekot, „wśród wielu metaforycznych schematów poznawczych wykorzystywanych w mediach warto zwrócić uwagę na dużą produktywność metafor agonistycznych, które – zdaniem W. Onga – są cechą kultury oralnej. W pierwotnych i niepiśmiennych społecznościach to właśnie konflikt i rywalizacja były podstawą wszystkich innych doświadczeń” [Piekot 2004: 139]. Wynikałoby stąd, że na poziomie doświadczania świata ludzkość nie zmieniała się od czasów pierwotnych społeczności. Nie jest to jednak przedmiotem moich badań, dlatego też wniosek ten pozostawię innym badaczom.

Dla moich rozważań ważne jest wstępne potwierdzenie w materiale językowym przytaczanej przeze mnie wyżej teorii komunikacji jako nieustającej rywalizacji (za D. Sperberem, D. Wilson i J. Płuciennikiem). Skoro ludzie mają tendencję do postrzegania różnych dziedzin życia (w mojej pracy jest to sport, T. Piekot wspomina o polityce) jako pola działań agonistycznych, również komunikacja może być postrzegana jako walka (z kolei sposób postrzegania komunikacji wpływa na zachowania ludzi w poszczególnych aktach komunikowania, co uzasadnia opisywane przeze mnie w rozdziale pierwszym za Tomaszem Maruszewskim zjawisko tzw. **uczenia się percepcyjnego**).

Nie mniej istotnym wnioskiem, płynącym z analizy materiału radiowo-telewizyjnego, jest możliwość występowania różnic między punktami widzenia zakodowanymi na poziomie modeli metaforycznych a punktami widzenia na poziomie pryzmatów. Z zebranych przeze mnie cytatów z komentatorów sportowych niewiele można wywnioskować na temat różnic w kwestii stopnia skonwencjonalizowania perspektywy nadawcy, jednak pewne wskazówki w tym względzie także da się znaleźć. Posłużę się przykładem, by zobrazować myśl:

Białorusinka Nesterenko zdecydowanie przed Javert i na trzecim miejscu Collander. No, no, no... Proszę państwa, szykuje nam się tu niezła **bomba** na Igrzyskach, bowiem Nesterenko wygląda niewiarygodnie silnie (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

W powyższym cytacie pojawia się pryzmat konceptualny *bomba*, wprowadzający model metaforyczny WOJNA. Szybkie spojrzenie w tabele 1–2 pozwala dostrzec, że na poziomie modeli mamy do czynienia w tym przypadku z konwencjonalnym punktem widzenia (WOJNA ma frekwencję zdecydowanie najwyższą). Oczywiście, należy wciąż pamiętać, że są to tylko przypuszczenia powzięte na podstawie analizy ilościowej niewielkiego materiału językowego. Nie ulega jednak wątpliwości, że mówienie o sporcie jak o wojnie nie jest zjawiskiem rzadkim. Tymczasem sam pryzmat *bomba* w tabeli 2 zajmuje stosunkowo niskie miejsce, wśród pryzmatów pojawiających się tylko raz. Ma więc frekwencję identyczną z pryzmatami wprowadzającymi modele typu MOTORYZACJA czy RELIGIA. Wprawdzie na poziomie pryzmatów w przypadku materiału radiowo-telewizyjnego nie da się dokładnie określić stopnia skonwencjonalizowania środków językowych, niemniej można dostrzec ciekawe zjawisko – niektóre pryzmaty konceptualne reprezentujące modele metaforyczne z zawartym w nich osobistym punktem widzenia mogą być stosowane częściej niż pewne pryzmaty wprowadzające konwencjonalne modele metaforyczne. Dowodzi to możliwości zróżnicowania stopnia konwencjonalizacji między oboma poziomami metafory. Przykładami są pryzmaty typu *czytać* (grę, intencję⁷ itp.), *zamykać* (akcję)⁸.

Osobisty punkt widzenia na poziomie pryzmatów i konwencjonalny na poziomie modeli metaforycznych to zjawisko dosyć częste, o czym świadczą chociażby

⁷ Por. np.: „Najwyższa pora, aby Tomasz Krzeszewski zaskoczył swego przeciwnika dobrym serwem. Na razie to się nie udaje, Brazylijczyk nadspodziewanie dobrze **odczytuje** rotację Polaka, dobrze **odczytuje** intencje naszego reprezentanta, **czyta** dobrze grę. Dwupunktowe prowadzenie Brazylijczyka” (Piotr Dębowski, IO Ateny 2004, TVP3, 14.08.2004).

⁸ Por. np.: „Gol! 3:1! Kim Jonson rehabilituje się za tę wpadkę pod koniec pierwszej tercji. Błyskawiczny krążek od Daniela Alfredssona wzdłuż linii bramkowej, wzdłuż pola bramkowego i najeżdżający Kim Jonson z lewej strony ładnie **zamyka akcję**” (Przemysław Pełka, PŚ w hokeju na lodzie, Polsat Sport, 31.08. 2004).

przykłady pryzmatów *gwardia przyboczna*⁹, *strzelba*¹⁰, *laufer*¹¹ czy *utrzymywać pozycję*¹². Ich frekwencja (każdy z nich pojawia się po jednym razie) wskazuje na niepospolitość ich używania (podobnie jak *bomby*). Są to zatem pryzmaty dobrze nadające się do przekazywania jednostkowego punktu widzenia. Wciąż jednak w obrębie modeli metaforycznych nie można mówić o szczególnym sposobie postrzegania sportu, ponieważ reprezentowane są w tych przypadkach modele WOJNA i ROZRYWKA, uznane za konwencjonalne. Takie zachowania językowe komentatorów sportowych mogą być wyrazem poszukiwania możliwości wyłamania się ze schematów, dążenia do oryginalności.

Kolejne wnioski wyciągnąłem z analizy materiału radiowo-telewizyjnego pod kątem poszukiwania dwóch zaproponowanych przez Jörga Zinkena punktów widzenia – podmiotu kształtującego swój świat (**kreator**) i obserwatora (**obserwator**). W tym przypadku objętość materiału nie miała większego znaczenia, ponieważ określenie przynależności poszczególnych przykładów do jednej z grup nie wymagało dokonania analizy ilościowej. Poszczególne modele bądź pryzmaty oceniałem pod względem jakościowym. O punkcie widzenia kreatora można mówić w przypadku, gdy da się wskazać sprawcę danej czynności lub stanu rzeczy (w odniesieniu do całych dziedzin życia przyjmuję za J. Zinkenem, że kreator ujawnia się w tych dziedzinach, które można uznać za pola aktywnych działań ludzkich). Punkt widzenia obserwatora zaś zakodowany jest w przykładach, w których nie można wskazać sprawcy (ale tylko wtedy, gdy go nie ma, a nie wówczas, gdy sprawca czynności lub stanu rzeczy jest, ale pozostaje w tekście nienazwany) lub, w odniesieniu do dziedzin, w tych spośród nich, które traktuje się jako niezależne od ingerencji człowieka.

Na poziomie modeli metaforycznych ustaliłem, że zróżnicowanie w powyższej kwestii jest niewielkie. Jedynie model metaforyczny RELIGIA wzbudził moje wątpliwości – wprowadzie wierzenia są wytworami (niematerialnymi, rzecz jasna) człowieka, kultywowanymi przez człowieka i bez niego niefunkcjonujący-

⁹ Por.: „Włosi mocno liczą, poza Bettinim, na Stevena Moreniego. Moreni nie był chyba specjalnie przygotowywany, mówiło się o tym, że Petacci wystartuje w tym wyścigu, ale Petacci nie startował i ponad 30-letni Moreni, który ma dużo sukcesów na koncie, dzisiaj jedzie jako, no może nie **gwardia przyboczna** Bettiniego, ale jego prawa ręka” (Jerzy Góra, IO Ateny 2004, TVP3, 14.08.2004).

¹⁰ Por.: „Mam propozycję: przenieśmy się do Lizbony. Dzisiejszy mecz komentować będzie Dariusz Szpakowski. Darek, witamy. Co z tymi **strzelbami** niemieckimi?” (Włodzimierz Szaranowicz, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004).

¹¹ Por.: „Włosi grają zdecydowanie z jednym wysuniętym napastnikiem i z Tottim, który jest takim **laufrem**, grającym zupełnie swobodnie, wszędzie. My Tottiego będziemy widzieli w każdym miejscu” (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004).

¹² Por.: „No, zdobyła przewagę przełamania Gizela Durko i wyraźnie ją ten układ satysfakcjonuje. Jej się także trudy gry w tym ogromnym upale, w dusznym powietrzu, z pewnością dały we znaki. No i teraz najistotniejsze, by **utrzymać pozycje** już wywalczone”. (Karol Stopa, tenisowy turniej US Open, Eurosport, 30.08.2004).

mi, jednak trudno określić je jako czynności lub stany, w przypadku których można mówić o sprawcy czy też sprawcach. Z tego powodu zdecydowałem oznaczyć w tabeli 1 model RELIGIA kwalifikatorem „kreator/obserwator”.

Pozostałe modele metaforyczne bezdyskusyjnie wprowadzają punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Taka jednorodność materiału nie zaskakuje. Wprawdzie komentator jest obserwatorem wydarzeń sportowych i w nich nie uczestniczy, jednak nie oznacza to konieczności przyjmowania punktu widzenia obserwatora wobec całej dziedziny. Sport, jako dziedzina aktywności fizycznej, siłą rzeczy musi być postrzegany jako pole działań ludzkich. Oznacza to możliwość wskazywania sprawców czynności, a zatem dominującym sposobem konceptualizowania doświadczeń związanych ze sportem powinny być właśnie modele zawierające punkt widzenia kreatora (co potwierdzają zebrane przeze mnie w 2004 r. cytaty). Niewiadomą pod tym względem pozostaje grupa VARIA. Ponieważ w przypadku przykładów zaliczonych do tej kategorii nie ustaliłem konkretnych modeli, które wprowadzane są przez pryzmaty, trudno określić, czy jest ona reprezentacją punktu widzenia kreatora, czy obserwatora. Wydaje się więc, że w odniesieniu do owej grupy należy rozpatrywać poszczególne pryzmaty, powstrzymując się od formułowania uogólnień. Można natomiast spodziewać się przewagi kreatora, skoro istnieje szersza tendencja do postrzegania sportu jako pola aktywności ludzkiej.

By porównać te wnioski z poziomem pryzmatów konceptualnych, dokonałem po kolei analizy reprezentacji poszczególnych modeli metaforycznych (grupę VARIA, jako niejednorodną, zostawiam na koniec).

3.3.1. Modele metaforyczne w materiale radiowo-telewizyjnym

3.3.1.1. WOJNA

Jak wyżej wspomniałem, jest to najczęściej (79 razy, 48,17% ogółu) pojawiający się w materiale radiowo-telewizyjnym model metaforyczny, a więc również – najbardziej skonwencjonalizowany. Każę to przypuszczać, że pryzmaty reprezentujące ten model mogą osiągać duży stopień powtarzalności, co oznaczałoby ich konwencjonalizację, a zatem również przewagę ogólnego punktu widzenia nad indywidualnym. Podobnie jest w przypadku Zinkenowskich kategorii – punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat i obserwatora. Model metaforyczny WOJNA wprowadza punkt widzenia kreatora, więc w sposób naturalny można tego samego oczekiwać po jego pryzmatach konceptualnych. Omawiany materiał w istocie dowodzi słuszności tych konkluzji, choć można w nim odnaleźć cztery konfiguracje wyżej wymienionych punktów widzenia (ujmuję je poniżej w postaci formalnych schematów):

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(53 powtórzenia – 67%¹³)

Jest to schemat najbliższy wyrażonym powyżej oczekiwaniom oraz najliczniej reprezentowany (zakładając oczywiście, że kilka powtórzeń w ramach niezbyt obfitego materiału można traktować jako sygnał skonwencjonalizowania). Dla jego zobrazowania przytoczę osiem najbardziej charakterystycznych (najczęstszych) przykładów pryzmatów (w nawiasach podaję frekwencję):

– *strzał* (5):

„Francuzi oddali trzy **strzały** od momentu utraty gola, od czasu, kiedy w 65. minucie Charisteas pokonał Fabiena Bartheza” (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP 2, 25.06.2004);

– *wygrać* (5):

„Ten entuzjazm trwa już od dawna, właściwie od zakończenia eliminacji, które były dla Szwedów szczęśliwe, a nawet można powiedzieć, że od mundialu w Japonii i Korei, gdzie przecież Szwedzi **wygrali** tę słynną grupę śmierci z Argentyną, Anglią i Nigerią” (Michał Pol, mecz piłkarski Szwecja – Polska, TVP2, 5.06.2004);

– *pokonać* (4):

„Jak na razie w spotkaniu z Grecją mistrzowie świata, mistrzowie Europy, zdobywcy europejskich pucharów, galaktyczni piłkarze nie są w stanie **pokonać** bardzo ambitnie, brawurowo momentami, grającej Grecji” (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004);

– *walczyć* (4):

„Ximenez po raz pierwszy pomylił się dzisiaj przy wykonywaniu rzutów wolnych. No, ale on przede wszystkim **walczył** o piłkę pod tablicami” (Piotr Sobczyński, IO Ateny 2004, TVP3, 26.08.2004);

– *zwycięstwo* (3):

„Remis tutaj dla Szwedów na pewno byłby **zwycięstwem**”. (Grzegorz Mielcarski, ME w piłce nożnej, TVP1, 18.06.2004);

– *ofensywny* (3):

„Ustawienie Polaków bardzo **ofensywne** w tym spotkaniu. Trener Paweł Janas mówił, że wiele będzie zależało od skrzydłowych, od Krzynywka i Zięńczuka” (Andrzej Janisz, mecz piłkarski Irlandia Północna – Polska, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004);

– *obrona* (3):

„Giordas... kłopoty... Kurietas! Postawić teraz dobry blok! Świetnie w **obronie** Ignaczak!” (Piotr Dębowski, IO Ateny 2004, TVP1, 17.08.2004);

– *eksplozja* (3):

„Nesterenko wygląda niewiarygodnie silnie. 11, a nie, teraz poprawiony wynik – 10.99, a biegła pierwszy bieg eliminacyjny 10.94. Nie wiem, czy troszcz-

¹³ W nawiasach podaję, ile razy w badanym materiale pojawia się dany schemat oraz wyliczam, jaki procent ogółu reprezentacji danego modelu metaforycznego tenże schemat stanowi.

kę za ostro nie biega, ale może to jest taka **eksplozja** formy, czuje się silna” (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

Należy wciąż pamiętać, że są to tylko przyzmaty, kandydujące do miana konwencjonalnych. Ich rzeczywista przynależność do tej grupy może zostać zweryfikowana dopiero na podstawie analizy obszerniejszego materiału (w niniejszym opracowaniu będzie to korpus tekstów prasowych).

Jeśli chodzi o **sposoby przełamywania rutyny** w przypadku tego schematu, to możliwości jest niewiele. W trakcie analizy materiału radiowo-telewizyjnego zaobserwowałem, że niektórzy komentatorzy osiągają ten efekt, wplatając w kontekst **niecodzienne słowa** lub **pryzmaty, nacechowane osobistym punktem widzenia**:

„Podnosi się z trudem z boiska Mariusz Lewandowski, niewidoczny zupełnie, tak się wydaje, [...]. Jest zawodnikiem ***bardzo mocno związanym takim niewidzialnym sznurkiem*** na odległość siedmiu metrów z linią **obrony**” (Andrzej Janisz, mecz piłkarski Irlandia Północna – Polska, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004).

W powyższym cytacie pogrubieniem zaznaczyłem przyzmat konceptualny zaliczany do grupy konwencjonalnych, natomiast pogrubioną kursywą – fragment wprowadzający do wypowiedzi osobisty punkt widzenia. Taki oryginalny przyzmat (***związany niewidzialnym sznurkiem***) wprowadza indywidualny sposób językowego konceptualizowania sytuacji na boisku. Odwraca to uwagę od zlek-sykalizowanego już przyzmatu *obrona* (nieodczuwanego jako metafora), choć nie ma na niego żadnego wpływu. Innymi słowy – schemat (konwencjonalny model metaforyczny – konwencjonalny przyzmat) pozostaje bez zmian, jednak uwaga odbiorcy skupi się z całą pewnością na nietypowym kontekście, w jakim tenże schemat jest realizowany.

Stopień konwencjonalizacji schematu zmniejsza także **zmiana przedmiotu odniesienia** przyzmatu – mniej standardowy jest przyzmat odnoszony do różnych typów obiektów, wydarzeń czy stanów niż taki, którego łączliwość wymaga niezmienności przedmiotu odniesienia. Zobrazuję to na przykładzie przyzmatu *pokonać*:

1) Francuzi oddali trzy strzały od momentu utraty gola, od czasu, kiedy w 65. minucie Charisteas **pokonał** Fabiena Bartheza (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP 2, 25.06.2004);

2) Jak na razie w spotkaniu z Grecją mistrzowie świata, mistrzowie Europy, zdobywcy europejskich pucharów, galaktyczni piłkarze nie są w stanie **pokonać** bardzo ambitnie, brawurowo momentami, grającej Grecji (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004);

3) Krauliści mają w tej chwili do **pokonania** trzecią długość basenu (Przemysław Babiarz, IO Ateny 2004, TVP1, 16.08.2004).

Powyższe cytaty zawierają trzy różne możliwości użycia przyzmatu *pokonać*. Przedmiotami odniesienia mogą więc być zarówno pojedynczy przeciwnicy (w bezpośredniej konfrontacji – jak między napastnikiem a bramkarzem, co wi-

dać w przykładzie 1), zespół przeciwników (przykład 2), jak również przeszkody lub inne nieożywione przeciwności (w przykładzie 3 jest to odległość, którą muszą pokonać pływacy).

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(26 powtórzeń – 33%)

Jeśli przyjąć, że pryzmaty, pojawiające się nie więcej niż raz w materiale radiowo-telewizyjnym, są wyrazem osobistego punktu widzenia, to stanowią one nadspodziewanie dużą grupę w ramach najbardziej skonwencjonalizowanego przecież modelu WOJNA. Konstatacja ta nie dziwi jednak, gdy przypomniemy wcześniejsze założenia dotyczące wypowiedzi komentatorów sportowych. Sytuacja komunikacyjna w czasie transmisji wydarzenia sportowego w telewizji bądź radiu wymusza na nadawcy formułowanie komunikatów o dużym stopniu nacechowania indywidualnym punktem widzenia. Głównym czynnikiem sprawczym są w tym przypadku silne emocje oraz dążenie komentatora do urozmaicenia wypowiedzi. Schemat ten jest zatem podstawowym polem, na którym ujawnia się kreatywność komentatorów sportowych (oraz możliwe jest **krzyżowanie punktów widzenia**). Poniżej podaję osiem najciekawszych przykładów pryzmatów konceptualnych będących realizacją omawianego schematu:

– *siła ognia*:

„Zmienili trochę ustawienie, z 4-4-2 na 4-3-3, Chorwaci. To wejście Mornara ma wzmocnić **siłę ognia** drużyny chorwackiej” (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 21.06.2004);

– *stracona pozycja (być na straconej pozycji)*:

„Czy Grecy pokażą swój charakter, ale poparty dobrą organizacją gry, spokojem, taką chłodną kalkulacją, czy też wdadzą się z Francuzami w piłkarską wojnę, w której są raczej na **straconej pozycji**, bo wiadomo, że przy takiej grze Francja będzie faworytem?” (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004);

– *bomba*:

„Białorusinka Nesterenko zdecydowanie przed Javert i na trzecim miejscu Collander. No, no, no... Proszę państwa, szykuje nam się tu niezła **bomba** na Igrzyskach, bowiem Nesterenko wygląda niewiarygodnie silnie” (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004);

– *akcje zaczepne*:

„On ma przerywać przede wszystkim akcje rywali, jeżeli uda się, to również rozpoczynać akcje naszego zespołu, ale rzadko włącza się do tych **akcji zaczepnych**” (Andrzej Janisz, mecz piłkarski Irlandia Północna – Polska, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004);

– *utrzymywać pozycję*:

„No i teraz najistotniejsze, by **utrzymać pozycje** już wywalczone, by dowieźć, mówiąc językiem kolarskim, tę przewagę do mety” (Karol Stopa, tenisowy turniej US Open, Eurosport, 30.08.2004);

– *pulkownik*:

„Wracając do wątku Ballacka, chciałbym poruszyć temat Stefana Effenberga. [...] on był prawdziwym generałem środka pola, mimo że często na Hitzsfelda mówiono Generał, no to też takim, powiedzmy, jeśli nie generałem, to **pulkownikiem** na boisku był właśnie Stefan Effenberg” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji);

– *strzelba*:

„Mam propozycję: przenieśmy się do Lizbony. Dzisiejszy mecz komentować będzie Dariusz Szpakowski. Darek, witamy. Co z tymi **strzelbami** niemieckimi?” (Włodzimierz Szaranowicz, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *gwardia przyboczna*:

„Włosi mocno liczą, poza Bettinim, na Stevena Moreniego. Moreni nie był chyba specjalnie przygotowywany, mówiło się o tym, że Petacci wystartuje w tym wyścigu, ale Petacci nie startował i ponad 30-letni Moreni, który ma dużo sukcesów na koncie, dzisiaj jedzie jako, no może nie **gwardia przyboczna** Bettini’ego, ale jego prawa ręka” (Jerzy Góra, IO Ateny 2004, TVP3, 14.08.2004).

Warto zwrócić uwagę, że niektóre spośród niekonwencjonalnych pryzmatów wprowadzających model metaforyczny WOJNA można uznać za pewne **warianty** pryzmatów bardziej skonwencjonalizowanych. Tak jest choćby w przypadku pryzmatu *strzelba*, który, jak wynika z przytoczonego przy nim cytatu, stosowany jest w odniesieniu do piłkarzy grających w ataku. Inne sposoby nazywania takich zawodników to (w nawiasach frekwencja):

– *napastnik* (2):

„Dobrze jest graczy importować, ale potem przychodzi duży kłopot, bo jest niedobór zawodników do reprezentacji. No i wszystko robią Niemcy, na przykład z Kuranyim, z Podolskim, a **napastników** jak na lekarstwo” (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *snajper* (2):

„Przeanalizowaliśmy wspólnie z trenerem listę **snajperów** Bundesligi. Wyszło na to, że naprawdę jeden Niemiec jest w czołówce, ale ma 35 lat i w ogóle się nie liczy, Martin Max” (Roman Kołtoń, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *egzekutor* (2):

„Zobaczmy raz jeszcze: obiegł znakomicie rywala, rozegranie z Adriano, no i tutaj tych dwóch znakomitych snajperów, **egzekutorów**, królów pola karnego, grało niesamowicie altruistycznie” (Mateusz Borek, EMŚ w piłce nożnej, Polsat Sport, 05.09.2004).

Jest to doskonały przykład ujawniania się punktu widzenia w przypadku nominacji – jak pisała cytowana w rozdziale pierwszym Swietłana Michajłowna Tołstaja, wybór spośród możliwych określeń zdradza perspektywę postrzegania nadawcy. Dokonuje on selekcji ze względu na różne przestrzenie cech (np. pozycja zawodnika na boisku, czynności, jakie wykonuje w czasie meczu lub

cechy, jakie musi posiadać). Widzimy w tym przypadku, jak pojedyncze pryzmaty łączą w sobie zjawiska takie jak nominacja, profilowanie, punkt widzenia, przestrzenie cech.

Ponieważ powyższe trzy pryzmaty pojawiają się w materiale radiowo-telewizyjnym więcej niż raz, mogą uchodzić za bardziej konwencjonalne niż pryzmat *strzelba*. Jest to jednocześnie przykład niedokładności ustaleń w przypadku tak niewielkiego korpusu tekstów – dzięki wiedzy pozajęzykowej można było spodziewać się większej liczby powtórzeń zwłaszcza *napastnika* i *snajpera*. Czy rzeczywiście są to niekonwencjonalne sposoby mówienia o sporcie, zweryfikowała dopiero analiza materiału prasowego, o czym piszę w rozdziale 4.

W ostatnim cytacie mamy przykład **nagromadzenia** pryzmatów – pojawiają się aż trzy obok siebie (*snajper*, *egzekutor* i *król*). Taki zabieg potęguje z całą pewnością zawartość emocjonalną komunikatu, sugerując, że komentator w uniesieniu nie może znaleźć odpowiedniego słowa do nazwania dwóch piłkarzy. Jednocześnie jest to wyraz sygnalizowanego przeze mnie dążenia do urozmaicenia przekazu i nadania mu pewnych uatrakcyjnających go walorów estetycznych. Przyczynia się to także do zwiększenia stopnia nacechowania wypowiedzi indywidualnym punktem widzenia (żaden z użytych przez nadawcę pryzmatów nie jest w najwyższym stopniu skonwencjonalizowany). Jest to niekiedy wręcz oznaka stylu danego komentatora¹⁴. Dekonwencjonalizacja wypowiedzi jest jednak nie tylko wyrazem chęci dostarczania odbiorcom doznań estetycznych. Wynika czasem również z potrzeby **zaznaczenia odrębności** czy też indywidualnego charakteru opisywanego w danej chwili obiektu lub zjawiska. Przykładem może być przytoczony powyżej cytat zawierający pryzmat konceptualny *pulkownik*. Poniżej podaję jego pełniejsze brzmienie:

Wracając do wątku Ballacka, chciałbym poruszyć temat Stefana Effenberga. To był piłkarz może słabszy od Ballacka, nawet w tych ostatnich sezonach na pewno słabszy, natomiast piłkarz, który miał w sobie niesamowitą charyzmę, zdolności przywódcze, umiejętność wpływania na kolegów, kapitalną... taką... możliwość dyskusji z partnerami, zaufanie Ottmara Hitzsfelda, on był jego taką *prawą ręką*, on był prawdziwym *generalem* środka pola, mimo że często na Hitzsfelda mówiono *General*, no to też takim, powiedzmy, jeśli nie *generalem*, to *pulkownikiem* na boisku był właśnie Stefan Effenberg. Niewątpliwie tych zdolności przywódczych brakuje Ballackowi. To jest *egzekutor*, to jest piłkarz, który świetnie czuje się w polu karnym, który dysponuje znakomitą *strzałem*

¹⁴ Tak jest chociażby w przypadku Mateusza Borka, komentatora Polsatu. By nie poprzestać jedynie na stwierdzeniu faktu, podam kolejne przykłady jego wypowiedzi: „Raul Bravo. Piłkarz, którego próbuje w kadrze Inaki Saez Ruiz. Piłkarz, który był podopiecznym Inakiego Saeza Ruiza jeszcze w reprezentacjach młodzieżowych, no ale piłkarz, który, jeśli jest zdrowy Roberto Carlos, albo jeśli nie pauzuje za kartki, po prostu nie ma absolutnie szansy grania na jego pozycji” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji) oraz: „Zidane. To jest momentami po prostu artyzm, poezja piłki, co próbuje grać Zizou. Wśród polskich piłkarzy często krąży anegdota, że Zidane to jest piłkarz, który nie ma wiązań, który ma gdzieś rozluźnione kolana, który w ogóle nie może mieć kontuzji tej części ciała, natomiast jest to po prostu wirtuoz futbolu, piłkarz kompletny, fenomen” (*ibidem*).

z dystansu, który kapitalnie gra głową, którego stać na dobry drybling, na perfekcyjne podanie, ale brakuje mu gdzieś czegoś w tej kwestii mentalnej, w tej kwestii psychologii, wpływania na ludzi (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji).

Cała wypowiedź nasycona jest nie tylko pryzmatami konceptualnymi (zaznaczyłem je kursywą), ale także wyliczaniem cech zawodników (po raz kolejny mamy do czynienia z nagromadzeniem), o których mówi komentator. Ma to na celu wyjaśnienie czy też uzasadnienie użycia pryzmatu *pulkownik* (to właśnie on zostaje ostatecznie zatwierdzony przez nadawcę jako ten właściwy, najlepiej pasujący do piłkarza). Ze względu na cechy, jakie posiada Stefan Effenberg, różni się on zarówno od Michaela Ballacka, określonego pryzmatem *egzekutor*, jak i od trenera, Ottmara Hitzsfelda, który uznawany jest za *generała* (właściwie Effenberg również „nadaje się” na *generała*, ale w celu odróżnienia go od trenera i zaznaczenia odpowiedniej hierarchii w klubie musi zostać nazwany *pulkownikiem*).

Podobne poszukiwania określeń zmuszają komentatorów do kreatywności, dzięki czemu powstają bardziej nietypowe metafory. Konwencjonalność modelu metaforycznego, w ramach którego pryzmaty pozostają, sprawia, że użycie takiej przenośni **nie razi odbiorcy** lub łagodzi ewentualny dysonans w przypadku szczególnie oryginalnej bądź nietrafnej metafory. Jest to ważny wniosek dotyczący konfiguracji *model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny*. Zjawisko to mogłoby bowiem sugerować nadrzędność konceptualną modeli metaforycznych nad pryzmatami. Gdzie zaś szukać możliwego uzasadnienia dla zaistnienia takiej zależności? W rozdziale pierwszym wspominałem o tzw. **gotowości percepcyjnej**, będącej dowodem na subiektywność poznania. Przypominam, że, zgodnie z tą koncepcją, wcześniejsze doświadczenia podmiotu mają istotny wpływ na to, co jest spostrzegane. Być może konwencjonalność danego modelu metaforycznego (w omawianym przykładzie – WOJNA), a więc powszechność jego występowania, decyduje o tym, że użytkownicy języka są niejako przygotowani na wszelkie pryzmaty wprowadzające tenże model. Jest to jednak tylko przypuszczenie.

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(78 powtórzeń, 98,7%)

Pod względem opozycji punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat – punkt widzenia obserwatora model metaforyczny WOJNA wykazuje prawie zero-wą różnorodność. Znakomita większość pryzmatów w jego obrębie to nośniki punktu widzenia kreatora, co jest świetnie widoczne w tabeli 2. Jest to podyktowane większym niż w przypadku poprzedniego zagadnienia wpływem nacechowania modelu metaforycznego na pozostające w jego ramach pryzmaty. Skoro wojna jest postrzegana jako pole działań ludzi (są oni również czynnikami sprawczymi wojen), to siłą

rzeczy poszczególne jej elementy, realizowane w konkretnych metaforach, muszą dawać możliwość wskazywania sprawców. Dominacja punktu widzenia kreatora na poziomie pryzmatów w modelu metaforycznym WOJNA to także zjawisko zgodne z sygnalizowanym przeze mnie wyżej postrzeganiem sportu jako dziedziny aktywności ludzkiej.

Uwagę zwraca fakt, że większość czasowników-pryzmatów w modelu metaforycznym WOJNA pozostaje w **stronie czynnej**:

Ona w konkurencji indywidualnej ponad sekundę **przegrała** na 100 motylkiem z Petrią Thomas i Amerykanki zdawały sobie sprawę z tego, że Petria Thomas może dogonić Jenny Thompson na swojej zmianie (Paweł Słonimski, IO Ateny 2004, TVP3, 22.08.2004).

Francuzi oddali trzy strzały od momentu utraty gola, od czasu, kiedy w 65 minucie Charisteas **pokonał** Fabiena Bartheza (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004).

Totti zawsze wychodzi pod podanie. On nigdy nie ucieka od piłki, on nigdy nie boi się wziąć ciężaru na swoje barki – i to jest lider zespołu. On sam sobie to **wywalczył** (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004).

Jesteśmy czerwoni, jesteśmy biali, jesteśmy duńskim dynamitem!” i rzeczywiście tym dynamitem byli niemal w każdym spotkaniu, choć, jak przypominali to koledzy z Warszawy, w meczu grupowym **przegrali** wtedy ze Szwedami, za to bardzo pięknie zaprezentowali się w finale pokonując zespół Niemiec (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 22.06.2004).

Powyższe zjawisko w pewnym sensie potęguje wrażenie aktywności podmiotów, o których mówią komentatorzy, wzmacniając zakodowany w wypowiedziach punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Dzieje się tak dzięki mechanizmowi **profilowania**. Czasownik w stronie czynnej profiluje wykonawcę czynności, skupiając uwagę odbiorcy na tej części danego zdarzenia, która pozostaje po stronie wykonawcy. Na przykład, w ostatnim cytacie pryzmat czasownikowy w stronie czynnej „*przegrali*” ogniskuje uwagę na duńskich piłkarzach i podkreśla, że to oni przegrali ze Szwedami, a nie zostali przez nich pokonani. W stronie biernej jako wykonawcy czynności, a więc osoby odpowiedzialne za zaistniały stan rzeczy, zostaliby wskazani piłkarze reprezentacji Szwecji. Tym samym odbiorca może postrzegać wynik meczu Dania – Szwecja jako efekt działań Duńczyków (np. słabsza forma w danym dniu, brak koncentracji), a nie Szwedów (dobre przygotowanie do meczu, zwyżkująca forma).

Stosowanie strony czynnej może także ułatwiać odbiorcom czynności **symulacyjne i identyfikacyjne** (nawiązując do cytowanej kilkakrotnie w mojej pracy teorii empatii i języka jako symulatora). Wzmoczone oddziaływanie punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat zbliża bowiem odbiorcę, który przecież jest obserwatorem wydarzeń sportowych (za pośrednictwem komentatora i medium), do ich uczestników, czyli sportowców. Pomaga to wczuć się w rolę danego zawodnika.

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(1 realizacja – 1,3%)

Frekwencja tego schematu wskazuje, że jest on rzadko spotykany w materiale radiowo-telewizyjnym. W świetle wcześniejszych ustaleń nie powinno to dziwić – punkt widzenia zawarty w modelu metaforycznym (kreator) wymusza niejako na nadawcach stosowanie pryzmatów o takim samym punkcie widzenia. Do takiego wniosku prowadzi analiza tekstów komentatorów sportowych. Jedyny przykład naruszenia tej prawidłowości nie jest jednak całkowicie jasny:

Zmienili trochę ustawienie, z 4-4-2 na 4-3-3, Chorwaci. To wejście Mornara ma wzmocnić **siłę ognia** drużyny chorwackiej (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 21.06.2004)

W powyższym cytacie występuje pryzmat *siła ognia*. Miałem co do niego pewne wątpliwości. Ostatecznie zaliczyłem go do grupy pryzmatów wprowadzających punkt widzenia obserwatora, ponieważ siła ognia (armii, pojazdu czy – w tym przypadku – drużyny) to pewna cecha. Trudno tutaj mówić o sprawcy. Moje wahanie wynikało z faktu, że mimo wszystko owa cecha może być wynikiem działań człowieka (tzn. wytwory człowieka nabywają tę cechę pod wpływem działań ludzkich). W tym kontekście byłby to pryzmat wprowadzający punkt widzenia kreatora (co wzmocnia wniosek, że trudno o jednoznaczny przykład krzyżowania punktów widzenia kreatora i obserwatora).

3.3.1.2. ROZRYWKA

Jest to drugi pod względem frekwencji model metaforyczny występujący w wypowiedziach komentatorów sportowych (23 powtórzenia, 14,02%). Od razu widać dużą dysproporcję pomiędzy nim a modelem WOJNA. Mimo wszystko uznać go można za bardziej typowy niż pozostałe modele. Jego stopień konwencjonalizacji byłby jednak mniejszy niż w przypadku WOJNY, dzięki czemu można się spodziewać większej liczby przykładów krzyżowania punktów widzenia (konwencjonalnego i osobistego). Poniżej pokrótce przytaczam konfiguracje punktów widzenia występujące w ramach modelu metaforycznego ROZRYWKA.

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(15 powtórzeń, 65,21%)

Zgodnie z przewidywaniami mniej skonwencjonalizowany model metaforyczny wykazuje mniejszy wpływ na stopień konwencjonalizacji reprezentujących go pryzmatów. Stąd właśnie schemat skrzyżowanych punktów widzenia zdominował model ROZRYWKA. Niewielka powtarzalność poszczególnych pryzmatów sprawia, że wypowiedzi komentatorów wprowadzające postrzeganie

sportu jako rozrywki są bardziej kreatywne i ciekawsze dla odbiorców niż teksty odwołujące się do modelu WOJNA. Dla lepszego zobrazowania tego spostrzeżenia przytoczę poniżej osiem przykładowych pryzmatów z tej grupy:

– *as*:

„Bez zdyskwalifikowanego na trzy mecze Totti’ego przystąpią Włosi do arcyważnego meczu ze Szwecją. Trapattoni zapowiada zmiany w składzie – **asami** w talii mają być: Del Piero, Pirlo i bramkostrzelny Cassano” (Dariusz Szpakowski, Wiadomości, TVP1, 18.06.2004).

W tym przykładzie pojawia się także pryzmat *talia*, tworząc razem z *asem* spójne odwołanie do gry w karty (znów nagromadzenie). Ponownie wiedza pozajęzykowa każe mi przypuszczać, że określenia takie nie są rzadkością w języku dziennikarzy sportowych (ich mała frekwencja najprawdopodobniej wynika z rozmiarów materiału);

– *bestseller*:

„Proszę zwrócić uwagę – już w niedzielę, trzynastego czerwca, Francja – Anglia, **bestseller**. Miejmy nadzieję, że to będą tak piękne mistrzostwa, jak w Belgii i Holandii” (Włodzimierz Szaranowicz, studio meczu piłkarskiego Szwecja – Polska, TVP2, 05.06.2004);

– *dyrygować*:

„Wiedzieli, że mogą odwrócić ten mecz, ale w tym pomagał trener, który był absolutnie dwunastym zawodnikiem na boisku. On jak gdyby **dyrygował** tą drużyną i ta drużyna była mu posłuszna” (Jacek Gmoch, ME w piłce nożnej, TVP1, 19.06.2004);

– *laufer*:

„Włosi grają zdecydowanie z jednym wysuniętym napastnikiem i z Tottim, który jest takim **lauferem**, grającym zupełnie swobodnie, wszędzie. My Tottiego będziemy widzieli w każdym miejscu” (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004);

– *poker*:

„Ciekawy życia, po prostu, i różnych sytuacji, ale tutaj rozegrał **pokera**, ponieważ nie chciał pokazać, jakie ma możliwości. Spokojnie biegł za Gatlinem. Trzech pierwszych wchodzi do półfinału, a więc nie chciał się specjalnie spieszyć” (Marek Józwik, IO Ateny 2004, TVP1, 24.08.2004);

– *taniec*:

„Tymczasem już trzydzieści metrów za linią środkową są Anglicy. Bridge, lewa strona. Obok niego Żewłakow. Bridge, **taniec** w lewo, Żewłakow nie dał się na to nabrać, także zatańczył całym swoim ciałem, balansując w tę samą stronę. Odebrał piłkę rywalowi” (Tomasz Zimoch, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 8.09.2004);

– *wirtuoz*:

„Wśród polskich piłkarzy często krąży anegdota, że Zidane to jest piłkarz, który nie ma wiązań, [...] natomiast jest to po prostu **wirtuoz** futbolu, piłkarz

kompletny, fenomen” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji);

– *zaprezentować się*:

„Williams **zaprezentowała się** jak mała torpeda” (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

Pryzmat *zaprezentować się* zaliczam do modelu ROZRYWKA, ponieważ chodzi tu o prezentowanie się publiczności, zupełnie tak samo, jak w przypadku aktorów w teatrze.

Powyższy cytat jest jednocześnie przykładem łączenia modeli metaforycznych w jednej wypowiedzi. Obok pryzmatu *zaprezentować się* występuje tu także *torpeda*, a więc modele ROZRYWKA i WOJNA zostają połączone. Jest to zjawisko, które wskazuje na pewną równoważność w sposobach postrzegania sportu. Poszczególne modele metaforyczne mogą współwystępować ze sobą bez szkody dla odbioru – zestawienia takie nie rażą, nie ma więc wyraźnych rozgraniczeń – sport może być **jednocześnie, w tej samej chwili** postrzegany jako rozrywka, wojna czy religia.

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(8 powtórzeń, 34,79%)

W ramach tego schematu mieszczą się trzy pryzmaty konceptualne, powtarzające się łącznie osiem razy. Są one jednak pokrewne ze sobą wzajemnie lub z innymi pryzmatami, dlatego ich rzeczywisty udział w puli pryzmatów w tekstach radiowo-telewizyjnych może być minimalnie większy. Zaliczam do tej grupy następujące słowa (w nawiasach frekwencja):

– *występ* (3):

„Rewelacyjny **występ** Australijek. Proszę zwrócić uwagę, jak fantastycznie swoją zmianę popłynęła Petria Thomas” (Paweł Słonimski, IO Ateny 2004, TVP3, 22.08.2004);

– *występować* (3):

„Jest cię szansy na to, że Marta Domachowska jeszcze w tym turnieju głównym US Open 2004 **wystąpi**” (Karol Stopa, tenisowy turniej US Open, Eurosport, 30.08.2004).

Pryzmaty te postanowiłem rozdzielić, ponieważ forma czasownikowa jest ważna ze względu na zasygnalizowane wyżej spostrzeżenie, że punkt widzenia kreatora jest wzmacniany dzięki używaniu czasowników w stronie czynnej. *Występ* również zawiera ów punkt widzenia, ale nie wyeksponowany do tego stopnia, co w *występować*;

– *prezentować* (2):

„Ja widziałem, co tutaj Amanda Berg starała się zrobić na drugiej zmianie, w stylu klasycznym, ona zdawała sobie sprawę z tego, że Jenny Thompson nie **prezentuje** tutaj tak rewelacyjnej formy, jak chociażby przed rokiem” (Paweł Słonimski, IO Ateny 2004, TVP3, 22.08.2004).

Powyższy pryzmat spokrewniony jest z pryzmatem *zaprezentować się*, jednak nie można traktować ich jako tożsamy. Różnicę w ich przypadku stanowią przedmioty odniesienia. Ponieważ *zaprezentować się* jest czasownikiem zwrotnym, odnosi się do podmiotu czynności (czyli sportowiec prezentuje sam siebie), natomiast drugi z omawianych pryzmatów profiluje czynność, cechę lub stan podmiotu (por. wyrażenie „prezentować formę”).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(21 powtórzeń, 91,3%)

W przypadku opozycji pod względem stopnia skonwencjonalizowania model metaforyczny ROZRYWKA, zgodnie z przewidywaniami, wykazuje dużą liczbę przypadków krzyżowania punktów widzenia. Jednakże punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat i punkt widzenia obserwatora nie łączą się już tak często w poszczególnych pryzmatach. Bardzo wyraźna dominacja schematu „nieskrzyżowanego” stanowi kolejne potwierdzenie przypuszczenia, że Zinkenowski punkt widzenia na poziomie modelu silnie wpływa na swój odpowiednik na poziomie pryzmatu. Obok przytaczanych już wyżej pryzmatów wprowadzających model metaforyczny ROZRYWKA realizują ten schemat także następujące wyrazy:

– *festiwal*:

„Ten, który rozpoczął strzelecki **festiwal** reprezentacji Czech, gotowy do wejścia Milan Baros” (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *kariera*:

„Wydawało się, że to piszczy przecież młody chłopak, Żewłakow, że przecież jakby wczoraj rozpoczynał reprezentacyjną **karierę**, a przecież tych spotkań w reprezentacji u 28-letniego gracza Anderlechtu Bruksela już ponad 40” (Tomasz Zimoch, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 8.09.2004);

– *rola*:

„Podnosi się z trudem z boiska Mariusz Lewandowski, niewidoczny zupełnie, tak się wydaje, ale to jest taki piłkarz, którego **rola** na boisku jest nie do przecenienia”. (Andrzej Janisz, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004).

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(2 powtórzenia, 8,7%)

Jak wyżej zaznaczyłem, krzyżowanie punktów widzenia kreatora i obserwatora jest zjawiskiem rzadkim. Również model metaforyczny ROZRYWKA wykazuje tendencję do wymuszania na nadawcach stosowania odpowiednich pryzmatów. Z 23 słów reprezentujących ten model tylko 2 realizują omawiany schemat:

– *artyzm*,

– *poezja*:

„Zidane. To jest momentami po prostu **artyzm**, **poezja** piłki, co próbuje grać Zizou” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji).

Jak widać, oba pryzmaty wprowadzające punkt widzenia obserwatora pojawiają się w jednej wypowiedzi. Jest to przytaczany już wyżej przykład nagromadzenia pryzmatów. Ich funkcją jest wyrażenie podziwu dla gry piłkarza. Skupiają uwagę na jej cechach, sprawiających, że staje się podobna do poezji. Właśnie to skupienie na aspekcie charakterystyki cech, podobnie jak w przypadku *siły ognia*, czyni omawiane pryzmaty nośnikami punktu widzenia raczej obserwatora niż kreatora, mimo że zarówno *artyzm*, jak i *poezja* są efektami działań człowieka.

3.3.1.3. BUDOWNICTWO

Trzeci pod względem frekwencji w materiale radiowo-telewizyjnym model metaforyczny wnosi już bardzo skromny wkład do puli pryzmatów. Realizowany jest zaledwie 5 razy (stanowi to 3,04% ogółu). Postrzeganie sportu jako budownictwa nie jest więc zbyt powszechne i w związku z tym można się spodziewać przewagi osobistego punktu widzenia wśród pryzmatów. Analiza korpusu tekstów potwierdziła te przypuszczenia:

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(5 powtórzeń, 100%)

Każdy pryzmat wprowadzający model metaforyczny budownictwo realizuje ten schemat. Ze względu na ich niewielką liczbę mogą przytoczyć je wszystkie:

- *architektura*,
- *destrukcja*:

„To jest naprawdę imponujące, godne podkreślenia, że piłkarze odpowiedzialni za **architekturę** poczynali ofensywnych, a więc Zidane, Raul, Figo, Solari, także dzisiaj są bardzo skuteczni jeśli chodzi o **destrukcję**, jeśli chodzi o odbiór piłki” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji).

Powyższe pryzmaty zostały zastosowane przez komentatora jako antonimy. *Architekturę* można uznać za pryzmat wiążący się z grą ofensywną, z rozgrywaniem akcji, natomiast *destrukcję* – z grą defensywną i przerywaniem (wręcz niszczeniem, burzeniem) akcji drużyny przeciwnej. Zestawianie gry w piłkę nożną z konstruowaniem (lub niszczeniem) budynków jest kolejnym przykładem jednokierunkowości odwzorowań metaforycznych. Odbiór piłki można nazwać *destrukcją*, jednak rozbiórki domu nikt nie określi mianem *odbioru piłki*. Metafora taka byłaby niezrozumiała. Podobnie stałoby się, gdybyśmy spróbowali odwrócić pierwszą przenośnię – sformułowanie *rozegranie piłki* stanowiłoby zbyt duży kłopot interpretacyjny, gdyby odnieść je do architektury;

- *budować*:

„Za chwilę ostatni występ siedmioboistek. Oczywiście wielka królowa – Karolina Klüft. Od kiedy pojawiła się, już nie ma wątpliwości, kto ma wygrywać te zawody, tak jak niegdyś świetna rekordzistka świata, Amerykanka Jay-Jay Care-

see. Idzie w jej ślady, **zbudowała** sobie praktycznie, można powiedzieć, królestwo na stadionie” (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 21.08.2004).

W tym cytacie mamy do czynienia z przykładem użycia pryzmatu *budować* dla określenia dokonań lekkoatletki. Dzięki swoim udanym startom w wielu zawodach Karolina Kluft stała się osobą bardzo popularną. Zyskała ogromną sympatię kibiców na całym świecie i właśnie dlatego można mówić, że jest „królową” na każdym stadionie lekkoatletycznym. To owe sukcesy zostały przez komentatora zestawione z procesem budowania królestwa. W materiale prasowym pojawiały się jednak jeszcze inne przypadki stosowania tego pryzmatu (różniące się od tego przedmiotami odniesienia);

– *wylom*,

– *odbudować*:

„Ta przerwa, która nam się nagle zrobiła, można powiedzieć, pewien **wylom** w sztafecie 4x400 metrów, że to jakoś się uda szybko **odbudować**” (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004)

Jest to kolejny przykład użycia więcej niż jednego pryzmatu w krótkiej wypowiedzi. Oba pogrubione słowa funkcjonują w ramach jednej metafory (można powiedzieć, że w języku mamy do czynienia właściwie z dwiema metaforami, ale konceptualizacja na poziomie mentalnym jest jedna). Taka ekstensja przenośni może dowodzić konsekwencji w postrzeganiu – jedno spostrzeżenie może wywierać wpływ na sposób konceptualizacji językowej poprzez „podsuwanie” pryzmatów reprezentujących ten sam model metaforyczny (a więc mamy tu do czynienia z przeciwieństwem zjawiska opisanego wyżej – kooperacji na przestrzeni jednego komunikatu pryzmatów wprowadzających dwa różne modele metaforyczne – patrz: analiza pryzmatu *zaprezentować się* w ramach modelu ROZRYWKA).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(4 powtórzenia, 80%)

Podobnie jak w przypadku poprzednich modeli metaforycznych, punkt widzenia kreatora zdominował pulę pryzmatów wprowadzających model BUDOWNICTWO. Należą tu cytowane wyżej wyrazy: *architektura*, *budować*, *destrukcja*, *odbudować*. Bezsprzecznie pryzmaty te ukazują sport jako dziedzinę, w której poszczególne wydarzenia są w pełni zależne od ludzi.

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(1 realizacja, 20%)

Jedynym pryzmatem, który zdecydowałem się zaliczyć do tego schematu, jest *wylom*. Wprawdzie wylomy, na przykład w murach, mogą powstawać pod wpływem działań człowieka, czasem jednak sprawcą ich pojawiania się jest czas (niektóre mury rozpadają się ze starości). Wydaje się, że kontekst, w jakim ten

pryzmat został użyty, wskazuje właśnie tę drugą możliwość jako prawdziwą w omawianym przez nadawcę przypadku. Dla jasności przypomnę ów cytat:

Ta przerwa, która nam się nagle zrobiła, można powiedzieć, pewien wyłom w sztafecie 4x400 metrów, że to jakoś się uda szybko odbudować (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

W tym miejscu konieczne jest jeszcze wyjaśnienie, o czym mówi komentator. W 2004 r. na Igrzyskach Olimpijskich w Atenach polska sztafeta na dystansie 400 m przeżywała kryzys związany z dokonującą się właśnie zmianą pokoleniową – kariery kończyli dotychczasowi najlepsi polscy biegacze, natomiast ich następcy byli jeszcze zbyt młodzi i niedoświadczeni, by zapewnić reprezentacji sukcesy. Stąd też stwierdzenie Włodzimierza Szaranowicza, że powstał pewien „wyłom”. Mamy tu jednak do czynienia z naturalnym procesem, dlatego też uznałem, że pryzmat *wyłom* reprezentuje punkt widzenia obserwatora.

3.3.1.4. MOTORYZACJA

Model ten niewiele ustępuje BUDOWNICTWU – reprezentują go cztery pryzmaty (2,43% ogółu). Konfiguracje punktów widzenia w tym przypadku są tylko dwie:

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(4 powtórzenia, 100%)

Pryzmaty realizujące ten schemat stanowią całość pryzmatów w modelu metaforycznym MOTORYZACJA:

– *pełny gaz*:

„Później Rosjanie jakby zaczęli odważnie podchodzić pod bramkę Hiszpanów i później te akcje indywidualne, ta akcja właśnie Aleinitchewa – na **pełnym gazie** zawodnik zawsze powinien wchodzić w pole karne” (Roman Kosecki, ME w piłce nożnej, TVP1, 12.06.2004);

– *siła napędowa*:

„Oni mają być **siłą napędową** polskiej drużyny” (Andrzej Janisz, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004);

– *włączyć bieg*:

„Keller wyraźnie przyspiesza, ma już pół długości ciała przewagi nad stawką. Hackett teraz też **włączył** ten najszybszy **bieg**, ale czy Australijczyk będzie na drugim miejscu?” (Przemysław Babiarz, IO Ateny 2004, TVP2, 16.08.2004);

– *znak „zakaz wjazdu”*:

„tych spotkań w reprezentacji u 28-letniego gracza Anderlechta Bruksela już ponad czterdzieści, czterdzieści-chyba-trzy mecze w reprezentacji narodowej, no

i marzy o tym, by ponownie zagrać w finałach mistrzostw świata. No, ale droga do Niemiec, droga do Monachium, droga do Berlina, droga na inne stadiony piłkarskie w Niemczech nieco nam się wydłuża, co wcale nie oznacza, że jest to droga, przy której stoi **znak »zakaz wjazdu«**” (Tomasz Zimoch, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 08.09.2004).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(4 powtórzenia, 100%)

Również opozycja kreator-obszernik w przypadku modelu MOTORYZACJA nie przynosi urozmaicenia. Omawiana konfiguracja punktów widzenia jest jedyną, nie mamy więc do czynienia z ich krzyżowaniem. We wszystkich przytoczonych w poprzednim schemacie pryzmatach bez problemu można wskazać piętno punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat (motoryzacja jest domeną działalności ludzkiej, więc trudno było oczekiwać innego efektu analizy).

3.3.1.5. RELIGIA

Model RELIGIA, podobnie jak MOTORYZACJA, reprezentowany jest przez cztery pryzmaty konceptualne (2,43% ogółu). Realizują one trzy konfiguracje punktów widzenia:

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(4 powtórzenia, 100%)

Stuprocentowa frekwencja tego schematu jest sygnałem, że zestawianie sportu z religią w wypowiedziach komentatorów sportowych nie jest wyrazem konwencjonalnego punktu widzenia. Odwołania do sfery religii i wierzeń mogą ograniczać się do pojedynczych sformułowań:

– *cherubin*:

„Sebastian Mila. Występ tego blondwłosego, takiego **cherubina**, stał tutaj pod znakiem zapytania, ale ostatecznie trener Janas zdecydował się postawić na tego chłopaka” (Andrzej Janisz, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004);

– *świętowanie*:

„Dobry wieczór, witam serdecznie z portowego miasta Aveiro, które wczoraj i dzisiaj stało się jakby miastem holenderskim – zalane morzem ludzi w pomarańczowych uniformach, którzy opanowali to miasto. Od wczoraj bawią się doskonale i mają nadzieję, że będą mieli także okazję do **świętowania** dzisiaj” (Maciej Iwański, ME w piłce nożnej, TVP1, 19.06.2004) lub obejmować większe fragmenty tekstu:

– *bóg*,

– *pogrzeb*:

„Grecja prowadzi z Francją 1:0. Mówiłem o tych piłkarskich **bogach** z jedenastki Francji, o tym, że być może obserwujemy nie tyle ich zmierzch, ale pożegnanie tamtej wspaniałej drużyny, która w 1998 roku została mistrzem świata. [...] Dwadzieścia lat po triumfie Francji w finałach mistrzostw Europy ten mecz finałowy z Grecją może być dla tej drużyny bardzo przykry. Czy będzie to **pogrzeb** tej wspaniałej jedenastki, przekonamy się za 15 minut” (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004).

W powyższym cytacie mamy przykład zastosowania dwóch pryzmatów wprowadzających model metaforyczny RELIGIA, jednak nietworzących, jak wyżej przytaczany *wyłom i odbudować*, jednej metafory (w sensie mentalnym). Sytuacja komentowana przez Janusza Basałaję podsuwa mu po prostu skojarzenia z różnymi elementami sfery religii (z jednej strony piłkarze o umiejętnościach czyniących z nich kogoś w rodzaju „bogów”, z drugiej zaś – odwołanie do tradycji związanej z wierzeniami, a więc do pogrzebu, którym miała być według komentatora porażka Francuzów w meczu z Grecją).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(3 powtórzenia, 75%)

Do reprezentacji tego schematu zaliczam pryzmaty *bóg, pogrzeb i świętowanie*. W tym pierwszym przypadku wprowadzanie ludzkie wierzą w bogów, modlą się do nich, ale określenie to w odniesieniu do piłkarzy zdecydowanie podkreśla ich zdolność do kreowania sytuacji na boisku, do robienia z piłką rzeczy, które można by określić mianem cudów. Pozostałe dwa pryzmaty nie wzbudzają żadnych wątpliwości, ponieważ wskazują na pewne aktywności ludzkie.

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(1 realizacja, 25%)

Ten schemat jest reprezentowany przez jeden pryzmat – *cherubin*. Metafora ta wyraźnie opiera się na podobieństwie fizycznym piłkarza do stereotypowego wyobrażenia Cherubina. Ponieważ podstawą przenośni są cechy zawodnika, należy uznać, że wyraża ona punkt widzenia obserwatora.

3.3.1.6. GOSPODARKA

Jest to jeden z dwóch najmniej licznie reprezentowanych modeli metaforycznych (2 powtórzenia, 1,21% ogółu). Wykorzystuje on tylko dwie konfiguracje punktów widzenia, nie dostarczając żadnych przykładów krzyżowania perspektyw. Poniżej podaję oba wprowadzające go pryzmaty konceptualne:

– *importować*:

„Dobrze jest graczy **importować**, ale potem przychodzi duży kłopot, bo jest niedobór zawodników do reprezentacji” (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *zarabiać*:

„Rzut wolny dla Francji, Grecy **zarabiają** cenne sekundy” (Janusz Basała, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004).

W obu przykładach pryzmatów zakodowany jest punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat (gospodarka jest dziedziną wybitnie zależną od działań ludzkich, dlatego model GOSPODARKA wywiera silny wpływ na pryzmaty, które go reprezentują).

3.3.1.7. MECHANIKA

Jest to drugi z modeli najrzadziej spotykanych w materiale radiowo-telewizyjnym. Podobnie jak w przypadku GOSPODARKI brakuje tu przykładów krzyżowania punktów widzenia:

– *naładowany*:

„Świetny finisz! Wiadomo, że Judy Henry to rekordzistka świata na sto metrów stylem dowolnym. **Naładowana** tą pozytywną emocją, widząc jak Petria Thomas połyka Amerykanke, dołożyła jeszcze do tego swój wspaniały wyścig na sto metrów stylem dowolnym” (Paweł Słomski, IO Ateny 2004, TVP3, 22.08.2004).

Pływaczka jest tutaj postrzegana jak akumulator, który może się naładować i zyskać większą wydajność. Mamy tu do czynienia z punktem widzenia podmiotu kształtującego swój świat, podobnie jak w przypadku drugiego pryzmatu wprowadzającego model MECHANIKA:

– *zazębiać się*:

„Zawodnicy od dłuższego czasu są wdrażani do nauki tym nowym systemem gry. To zaczyna **się** już powoli **zazębiać**, ale widać na przeciwniku takim jak Szwecja, że po prostu gra ofensywna nie istnieje” (Jerzy Engel, mecz piłkarski Szwecja – Polska, TVP2, 05.06.2004).

Reprezentacja Polski w piłce nożnej została w tym cytacie potraktowana jak maszyna, w której powoli wszystkie tryby zaczynają funkcjonować dobrze, współpracować ze sobą i „zazębiać się”. Stąd też decyzja o zakwalifikowaniu tego pryzmatu do modelu metaforycznego MECHANIKA.

3.3.1.8. VARIA

Jak wyżej zaznaczyłem, jest to nie model metaforyczny, lecz spora grupa pryzmatów (45 powtórzeń, 27,43%) niezakwalifikowanych przeze mnie do konkretnych modeli. Nie oznacza to oczywiście, że nie wprowadzają one żadnych modeli metaforycznych – być może wprowadzają, ale są one trudne do uchwycenia

i określenia. Ze względu na swą niewielką frekwencję z całą pewnością byłyby to modele realizujące osobisty punkt widzenia. Zebrane razem przewyższają one wszystkie modele metaforyczne z wyjątkiem WOJNY. Świadczy to po raz kolejny o dużym stopniu skonwencjonalizowania myślenia o sporcie jak o wojnie, ale także wskazuje, że metaforyka komentatorów sportowych jest wyraźnie zindywidualizowana. Można doszukiwać się w tej konstatacji potwierdzenia wcześniejszych założeń dotyczących materiału radiowo-telewizyjnego, według których osobisty punkt widzenia powinien być w tychże tekstach licznie reprezentowany.

Ponieważ mamy do czynienia z grupą pryzmatów niebędącą jednym modelem metaforycznym, trudno jest mówić o konfiguracjach punktów widzenia. Dotyczy to na pewno opozycji kreator-obszernik, która wymaga wskazania konkretnego modelu (inaczej nie da się określić, z jakim punktem widzenia mamy do czynienia na poziomie modelu). W przypadku stopnia skonwencjonalizowania jest łatwiej, ponieważ frekwencja wskazuje, że bez względu na to, jak nazwalibyśmy dany model, wprowadza on osobisty punkt widzenia.

Poniżej podaję zatem osiem najciekawszych pryzmatów z tej grupy, bez podziału na formalne schematy konfiguracji perspektywy postrzegania:

– *zamykać (akcję)*:

„Kosowski ładnie ograł Cole’a, teraz naprzeciw niego King. Kosowski! Dośrodkowanie! Kto **zamknie akcję**?” (Tomasz Zimoch, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 08.09.2004).

Jest to przykład pryzmatu z grupy VARIA, w którym zachodzi krzyżowanie punktów widzenia. Jak wyżej sygnalizowałem, niska frekwencja kazałaby uznać model metaforyczny (gdyby udało się go wskazać) za niekonwencjonalny. Tymczasem sam pryzmat, z trzema powtórzeniami, znajduje się w tabeli 2 w czołówce, co wskazywałoby, że na tym poziomie można dopatrywać się konwencjonalnego punktu widzenia. Z podobną sytuacją mamy do czynienia w przypadku kolejnego pryzmatu:

– *czytać*:

„Na razie to się nie udaje, Brazylijczyk nadspodziewanie dobrze **odczytuje** rotację Polaka, dobrze **odczytuje** intencje naszego reprezentanta, **czyta** dobrze grę” (Piotr Dębowski, IO Ateny, TVP3, 14.08.2004).

Również ten pryzmat pojawia się trzykrotnie w analizowanym materiale, jednak wszystkie powtórzenia odnotowałem w jednej wypowiedzi, co widać powyżej. Frekwencja wskazuje na konwencjonalny punkt widzenia, jednak w takim przypadku należy zachować ostrożność w wyciąganiu wniosków. Może się bowiem okazać, że dana metafora jest często używana przez jednego komentatora, co raczej wykluczałoby możliwość mówienia o ponadindywidualnym sposobie postrzegania sportu¹⁵;

¹⁵ Wiedza pozajęzykowa pozwala wprawdzie uznać pryzmat *czytać* za konwencjonalny (zwłaszcza w postaci popularnego frazeologizmu sportowego „czytać grę”), jednak materiał radiowo-telewizyjny nie potwierdził tego. W ewentualnym rozstrzygnięciu wątpliwości może pomóc korpus tekstów prasowych.

– *czyszczenie*:

„A teraz groźnie. Plasil. Nic nie było. Świetne wejście specjalisty od **czyszczenia** przed polem i na polu karnym, jak potrzeba, czyli Hamanna”. (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *galaktyczny*:

„Jak na razie w spotkaniu z Grecją mistrzowie świata, mistrzowie Europy, zdobywcy europejskich pucharów, **galaktyczni** piłkarze nie są w stanie pokonać bardzo ambitnie [...] grającej Grecji” (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004);

– *nawałnica*:

„Gubią się teraz Czesi, zaczyna być nerwowo, ale to wskutek tej niemieckiej **nawałnicy**, która trwa od dobrych kilkunastu minut” (Dariusz Szpakowski, ME w piłce nożnej, TVP2, 23.06.2004);

– *rok świetlny*:

„To jest różnica nawet nie klasy, to jest różnica **roku świetlnego**, jeśli chodzi o umiejętność, o pożyteczność dla zespołu, to, co prezentuje Roberto Carlos, a skądinąd utalentowany Raul Bravo” (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, brak daty emisji);

– *zaadresowany*:

„No i właśnie do Dado Pršo **zaadresowana** piłka, ale wybiegł do niej Arkadiusz Malarz, bramkarz Amiki Wronki, no a bramkarz ma tę przewagę, że może złapać piłkę w ręce” (Tomasz Zimoch, Puchar UEFA w piłce nożnej, Radio Merkury, 21.10.2004);

– *zgasić*:

„Musiał przygotować sobie ten strzał na dwa razy – **zgasił** krążek na backhandzie, przesunął się troszkę jeszcze, pociągnął i trafił nad ręką Olafa Kolziga do niemieckiej siatki” (Przemysław Pełka, PŚ w hokeju na lodzie, Polsat Sport, 31.08.2004).

W grupie VARIA zdecydowanie dominują pryzmaty konceptualne będące nośnikami punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat (spośród wyżej wymienionych – 5), co wpasowuje się w ogólną tendencję charakteryzującą materiał radiowo-telewizyjny. Trzy z ośmiu zaprezentowanych powyżej pryzmatów, które realizują punkt widzenia obserwatora, to *galaktyczny* i *rok świetlny* (wskazują na pewne cechy obiektów, do których się odnoszą, natomiast nie można w ich przypadku mówić o sprawcach czynności lub stanów) oraz *nawałnica* (taka metafora odwołuje się bezpośrednio do sił przyrody, które są niezależne od działań człowieka¹⁶).

Do grupy VARIA zaliczyłem również kilka frazeologizmów, które uznać należy za metafory. Podaję je od razu z cytatami, by jasny był „sportowy” kontekst, w jakim się pojawiają:

¹⁶ Abstrahuję tu od wpływu działań ludzkich na klimat planety.

– *przechylać szalę zwycięstwa*:

„Del Piero od lat jest takim zawodnikiem, z którym czują się pewnie, bo on też **przechylał szalę zwycięstwa** w wielu meczach na korzyść Italii” (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004);

– *twardy orzech do zgryzienia*:

„Niemcy grali z Łotwą i mieli naprawdę bardzo **twardy orzech do zgryzienia**, tak twardy, że nie udało im się rozbić tego orzecha. Zastanawiam się, Andrzej, czy czasem nie zlekceważyli trochę Łotyszy” (Jacek Kurowski, TVP1, ME w piłce nożnej, TVP1, 19.06.2004);

– *wziąć ciężar na swoje barki*:

„On nigdy nie ucieka od piłki, on nigdy nie boi się **wziąć ciężaru na swoje barki** – i to jest lider zespołu” (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004).

Nie mamy w tych trzech przypadkach do czynienia z konkretnymi modelami metaforycznymi (stąd zakwalifikowanie ich do grupy VARIA). Przykłady pierwszy i trzeci profilują elementy sportu związane z podejmowaniem wyzwań, zmaganiem się z przeciwnościami losu i braniem na siebie odpowiedzialności za wyniki całej grupy (tu – drużyny). Z pewnością wprowadzają więc punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Trzeci cytat zawiera z kolei metaforę wskazującą na problemy, z którymi trudno jest sobie poradzić (wydaje się więc, że jest ona w pewnym sensie bliska dwóm pozostałym, profilując podobne cechy całej dziedziny, jaką jest sport i realizując przy tym punkt widzenia kreatora). Jest to ciekawy przykład, ponieważ związek frazeologiczny zastosowany przez komentatora ulega w dalszej części wypowiedzi aktualizacji, dzięki czemu metafora rozciąga się i zostaje przy tym wzmocniona oraz urealniona. Słowa „tak twardy, że nie udało im się rozbić tego orzecha” są więc nie tylko kontynuacją, ale także potwierdzeniem metafory. Takie zachowanie nadawcy sprawia, że do odbiorcy trafia komunikat z wyraźnym zaznaczeniem trafności, stosowności użytej przenośni (gdyby nie była stosowna, nadawca starałby się ją nieco złagodzić, np. wprowadzając jeden z opisywanych w teorii empatii, przez cytowanego w rozdziale pierwszym Jarosława Płuciennika [2002: 47–63], **znaczników iluzji**¹⁷).

Podsumowanie

Jak wspomniałem na początku tego rozdziału, media nieprzerwanie dokonują interpretacji świata, co czyni komunikaty przez nie wysyłane dobrym materiałem badań nad punktem widzenia. Sytuacja komunikacyjna w mediach zdecydowanie faworyzuje nadawcę (role nadawcy i odbiorcy są niesymetryczne), ponieważ nie

¹⁷ Więcej na temat znaczników iluzji w związku z pryzmatami konceptualnymi w rozdziale 5.

występuje w niej sprzężenie zwrotne bezpośrednie. Dzięki temu nie ma możliwości natychmiastowego podjęcia negocjacji punktów widzenia. Taki układ sił powoduje, że stosunkowo łatwo jest stosować w mediach techniki perswazji, również te związane z manipulowaniem perspektywą postrzegania (np. przedstawianie opisywanej sytuacji pozornie z punktu widzenia przeciętnego odbiorcy za pomocą mechanizmów empatii i identyfikacji, dzięki którym uzyskuje się efekt przybliżenia do odbiorcy, wcielenia się w jego rolę czy też spojrzenia na świat jego oczami, podczas gdy w rzeczywistości przedstawiony zostaje punkt widzenia nadawcy – Paweł Nowak i Ryszard Tokarski nazywają to kreowaniem sytuacji pragmatycznej).

W przypadku komunikatów medialnych wyraźnie widać więc narzucanie przez nadawców perspektywy postrzegania świata odbiorcom. Zjawisko to, powszechne w języku, zyskuje na sile zwłaszcza w prasie. Dziennikarz prasowy wciela się bowiem w rolę pośrednika między wydarzeniami a czytelnikami, zupełnie jak autor dzieła literackiego pośredniczy między światem przedstawionym a odbiorcą swego tekstu. Można więc powtórzyć za Jarosławem Płuciennikiem, że odbiorca musi zaakceptować perspektywę nadawcy i spojrzeć na świat przez jego „gogle”, by móc go zrozumieć. Dzięki temu dziennikarz może wytyczyć ramę interpretacyjną dla świata.

Jednym ze sposobów wprowadzania punktu widzenia do wypowiedzi jest stosowanie metafor. Jak sygnalizowałem w rozdziale 2, metaforyczne zastosowanie danego słowa sprawia, że staje się ono czymś na kształt pryzmatu optycznego (stąd zaproponowany przeze mnie termin pryzmat konceptualny) – zmienia postrzeganie danego obiektu, zjawiska lub całej dziedziny. Sposoby postrzegania można grupować i wskazywać w nich pewne modele metaforyczne. Ich cechą ważną w kontekście moich rozważań jest zdolność do przenoszenia punktów widzenia zarówno konwencjonalnych, jak i osobistych. Podobnie jest w przypadku pryzmatów, dlatego każdą metaforę można analizować na dwóch poziomach – modelu i pryzmatu. Jak wykazało wstępne badanie testujące wypracowaną przeze mnie metodę analizy przenośni, punkty widzenia na obu poziomach nie muszą się zgadzać.

W materiale radiowo-telewizyjnym, zebrany w 2004 r., spodziewałem się potwierdzenia założeń wynikających ze specyfiki sytuacji komentarza „na żywo” wydarzenia sportowego – stosunkowo dużej liczby metafor i wysokiej frekwencji przenośni będących wyrazem osobistego punktu widzenia. Przypuszczenia takie były podyktowane dużymi emocjami, jakie wiążą się ze sportem i bezsprzecznie udzielają się komentatorom radiowym i telewizyjnym oraz presją dążenia do efektywności wypowiedzi, urozmaicenia ich, by nie stały się zbyt monotonne dla odbiorców. W przypadku komunikatów radiowych i telewizyjnych ważne jest także uwydatnienie roli dziennikarza jako pośrednika między wydarzeniami a odbiorcami, co jest najlepiej widoczne w komentarzach radiowych (słuchacz nie widzi, co dzieje się w danej chwili na boisku, parkiecie czy bieżni, dlatego tym bardziej uzależniony jest od perspektywy nadawcy i jego „gogli”).

Analiza materiału radiowo-telewizyjnego wykazała przede wszystkim funkcjonowanie dwóch głównych sposobów postrzegania sportu – jako wojny i rozrywki. Pryzmaty wprowadzające model metaforyczny WOJNA występują najliczniej (48,17% ogółu) i charakteryzują się największym stopniem skonwencjonalizowania. Drugi w kolejności model, ROZRYWKA, reprezentowany jest już przez zaledwie 14,02%. Mimo takiej różnicy uznają go również za konwencjonalny, ponieważ wyraźnie wyprzedza on pozostałe modele.

W trakcie badań zaobserwowałem kilka ciekawych zjawisk, które stanowią cenny materiał porównawczy dla analizy korpusu tekstów prasowych. Jednym z nich jest krzyżowanie punktów widzenia. Cytaty z komentatorów sportowych potwierdziły moje wcześniejsze przypuszczenia, że perspektywy postrzegania zakodowane w modelach metaforycznych i pryzmatach konceptualnych nie muszą się zgadzać. Dotyczy to przede wszystkim opozycji konwencjonalny–osobisty punkt widzenia. Takie przypadki dowodzą, że nawet mimo zastosowania silnie skonwencjonalizowanego modelu (jak np. WOJNA) wciąż można pozostać oryginalnym i tworzyć ciekawe metafory (co, przypomnam, było jednym z założeń dotyczących sytuacji komunikacyjnej komentarza sportowego) – porównaj przykłady niekonwencjonalnych pryzmatów „wojennych”: siła ognia, pułkownik, strzelba (jest to przykład pryzmatu niekonwencjonalnego będącego wariantem pryzmatu bardziej skonwencjonalizowanego – napastnik, ukazujący rolę nominacji w ujawnianiu punktu widzenia nadawcy), gwardia przyboczna. Stosunkowo duża liczba pryzmatów reprezentujących schemat „konwencjonalny model metaforyczny – niekonwencjonalny pryzmat” (33% w ramach WOJNY i aż 65,21% w ramach ROZRYWKI) dowodzi dużej swobody, jaką mają nadawcy w przypadku tworzenia metafor. Komentatorzy sportowi, jak widać, chętnie z tej swobody korzystają, dzięki czemu ich wypowiedzi nie są monotonne.

W badanym materiale można znaleźć także przykłady odwrotnego schematu – kiedy niekonwencjonalny model metaforyczny reprezentowany jest przez pryzmat o pewnym stopniu skonwencjonalizowania. Dotyczy to pryzmatów zaliczonych przeze mnie do grupy VARIA (np. zamykać, czytać) – pojawiają się one dosyć często w porównaniu z niektórymi pryzmatami reprezentującymi modele konwencjonalne, ale nie wprowadzają konkretnych modeli.

W trakcie analizy zauważyłem również, że komentatorzy sportowi czasem urozmaicają nawet wypowiedzi zawierające utrwalone (lub wręcz już zleksykalizowane) metafory. Efekt taki osiągają na dwa sposoby. Po pierwsze, poprzez umieszczenie w kontekście pryzmatu niekonwencjonalnego, który odwraca uwagę od ogólnie znanego i „oklepanego”. Po drugie zaś, przez zmianę przedmiotu odniesienia konwencjonalnego pryzmatu (jak w przypadku słowa pokonać, które można odnosić zarówno do przeciwników pojedynczych lub grupowych, jak i do obiektów nieożywionych takich jak dystans w pływaniu).

Inną oznaką dążenia do urozmaicenia wypowiedzi jest nagromadzenie pryzmatów, występujące tam, gdzie na stosunkowo niewielkiej przestrzeni pojawiają

się dwa, trzy i więcej pryzmatów. Taki zabieg oddaje siłę emocji, których działaniu podlega komentator i jednocześnie nadaje komunikatowi cech indywidualnego stylu danego dziennikarza. Jeśli nagromadzenie dotyczy pryzmatów realizujących tę samą metaforę, osiągany jest efekt jej rozciągnięcia na większą część wypowiedzi, a przy tym również zostaje ona wzmocniona i jakby potwierdzona. Tak samo jest w przypadku aktualizacji związków frazeologicznych o nacechowaniu metaforycznym. Oba te zjawiska działają odwrotnie do zaproponowanych przez Jarosława Płuciennika znaczników iluzji.

Poszukiwanie oryginalnych określeń czasem wymaga od komentatora wyjaśnień, które mają pomóc odbiorcy zrozumieć zasadność użycia danej metafory. Może to być osiągane poprzez wyliczenie cech danego obiektu lub zjawiska (oczywiście chodzi o te cechy, które są podstawą metafory, a więc ukazują pewne podobieństwo domeny docelowej do domeny źródłowej) oraz przez wskazanie hierarchii obiektów, z której wynika stosowność użytej przenośni (tak było choćby w przypadku pryzmatu pułkownik, który został uznany za najodpowiedniejszy dla nazwania pewnego piłkarza, ponieważ inny pryzmat – generał – był już „zarezerwowany” dla trenera, co pozostawało w zgodzie z hierarchią ról w drużynie piłkarskiej).

W przypadku skrzyżowanych punktów widzenia ważne jest spostrzeżenie, że perspektywa zakodowana w konwencjonalnym modelu metaforycznym łągodzi niezwykłość niektórych pryzmatów – są one rzadko spotykane, ale funkcjonują w ramach powszechnie znanego i akceptowanego modelu metaforycznego, a więc maleje prawdopodobieństwo uznania ich za niestosowne. Wydaje się, że ma to związek z gotowością percepcyjną, która w pewnym sensie przygotowuje odbiorców na pojawianie się pryzmatów reprezentujących konwencjonalny model (innymi słowy, dysonans zachodzący w przypadku niektórych pryzmatów, uznanych za nietrafne, może być zmniejszany przez niekwestionowaną stosowność odwołania do danego modelu metaforycznego).

Ciekawe jest także spostrzeżenie, że pryzmaty reprezentujące dwa różne modele metaforyczne mogą współwystępować w jednej wypowiedzi bez szkody dla jej sensowności. Świadczy to o możliwości postrzegania sportu jednocześnie jako np. wojny i rozrywki. Poszczególne modele metaforyczne tworzą więc w pewnym sensie kontinuum i nie wykluczają się wzajemnie.

Jeśli chodzi o opozycję kreator-obszrwator, to przypadki krzyżowania punktów widzenia należą tu do rzadkości. Można z tego wyciągnąć wniosek, że modele metaforyczne wywierają pod tym względem nacisk na nadawcę, by używał odpowiednich pryzmatów. Na przykład, jeśli sport postrzegany jest jako gospodarka, motoryzacja lub mechanika, które są dziedzinami wybitnie uzależnionymi od działań ludzkich, to naturalne jest, że pryzmaty konceptualne reprezentujące odpowiednie modele metaforyczne będą wprowadzały punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat (taki wniosek odpowiada także postrzeganiu sportu jako dziedziny aktywności ludzkiej).

Punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat, który wyraźnie zdominował materiał radiowo-telewizyjny, niejednokrotnie wzmacniany jest przez komentatorów dzięki stosowaniu przez nich pryzmatów czasownikowych w stronie czynnej. Potęgują one wrażenie aktywności podmiotów, o których mówi nadawca. Wynika to z faktu, że czasowniki w stronie czynnej profilują wykonawców czynności i skupiają uwagę odbiorców na tej części wydarzenia, która pozostaje po stronie tychże wykonawców (tymczasem czasownik w stronie biernej odciąga uwagę od sprawcy danego stanu rzeczy). Strona czynna jednocześnie ułatwia odbiorcom czynności symulacyjne i identyfikacyjne, pomagając wcielić się w rolę wykonawcy czynności, czyli sportowca.

Z analizy materiału radiowo-telewizyjnego wyłania się zatem obraz sportu jako rywalizacji (za sprawą wysokiego stopnia skonwencjonalizowania modelu metaforycznego WOJNA) oraz, nieco mniej wyraźnie, rozrywki. Są to zdecydowanie dominujące sposoby konceptualizowania wydarzeń sportowych przez komentatorów. Sport niekiedy postrzegany jest także jako budownictwo, motoryzacja, religia, mechanika czy gospodarka. Dominacja punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat dowodzi, że dziedzina ta uznawana jest za pole działalności ludzkiej, a zdarzenia w jej ramach zachodzące mają łatwych do wskazania (i do oceny) sprawców. Zatem niewiele jest takich wydarzeń związanych ze sportem, które byłyby niezależne od działań człowieka. Dzięki temu dziennikarzom łatwo jest stosować perswazję i wprowadzać własne interpretacje zdarzeń.

Warto jeszcze podkreślić, że pryzmaty, które do tej pory przytaczałem jako przykłady, są wyrazem asymetrii podobieństwa między wydarzeniami sportowymi (i samymi sportowcami) a dziedzinami życia takimi jak wojna czy rozrywka. Można je stosować bez ryzyka uczynienia komunikatu niezrozumiałym, ponieważ elementy, jakie są przez owe pryzmaty przywoływane, cechuje zdecydowanie większa wyrazistość od obiektów, które są z nimi zestawiane w odwzorowaniu metaforycznym. Na przykład, bez problemu można dostrzec podobieństwo dryblingu piłkarza do tańca (chodzi przede wszystkim o balans ciała). Dlatego, kiedy komentator radiowy mówi „zatańczył całym swoim ciałem”, odbiorcy bez trudu właściwie interpretują taką wypowiedź, mimo że nie widzą, co dzieje się na boisku. Gdyby jednak określić prawdziwy taniec jako drybling, metafora okazałaby się niezrozumiała i konieczne byłoby jej wyjaśnienie. Podobnie jest choćby w przypadku wirtuoza, laufra, generała czy egzekutora (por. określanie odpowiednio: artysty piłkarzem, figury laufra w szachach rozgrywającym, generała trenerem czy egzekutora napastnikiem). Modelowym przykładem asymetrii relacji podobieństwa jest pryzmat architektura, wykorzystujący zestawienie rozgrywania piłki w czasie meczu z konstruowaniem budowli. Odwrócenie tej metafory jest wprowadzić możliwe przede wszystkim w ramach konceptualizacji mentalnej, jednak zdaje się zupełnie niepraktyczne, kiedy chodzi o konceptualizację językową (utrudnia zrozumienie wypowiedzi).

Rozdział 4

MODELE METAFORYCZNE I PRYZMATY KONCEPTUALNE W METAFORYCE DZIENNIKARZY PRASOWYCH

4.1. Wyniki analizy materiału prasowego.

Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne

Metodę analizy zaprezentowaną w poprzednim rozdziale zastosowałem także do badania materiału prasowego. Jak zaznaczyłem we wstępie, korpus tekstów stanowiły egzemplarze „Przeglądu Sportowego”, które ukazały się w 2007 r. Odnalazłem w nich łącznie 8082 pryzmaty konceptualne, w tym 7613 wprowadzających 10 modeli metaforycznych i 469 reprezentujących grupę VARIA. Ze względu na dużą liczbę pryzmatów przyjąłem założenie, że konwencjonalny punkt widzenia na poziomie modeli metaforycznych dotyczy tylko modeli o frekwencji co najmniej 10%. Próg ten przekroczyły jedynie dwa modele, te same, które dominowały w materiale radiowo-telewizyjnym (WOJNA i ROZRYWKA). W tabeli 3 podaję pełną frekwencję.

Tabela 3. Frekwencja modeli metaforycznych w materiale prasowym

Model metaforyczny	L.PR.	P.W. (1)	P.W. (2)
1	2	3	4
WOJNA	6 260	Konwencjonalny	Kreator
ROZRYWKA	911	Konwencjonalny	Kreator
VARIA	469	Osobisty	—
GOSPODARKA	141	Osobisty	Kreator
HAZARD	80	Osobisty	Kreator

Tabela 3 (cd.)

1	2	3	4
BUDOWNICTWO	60	Osobisty	Kreator
NAUKA	60	Osobisty	Kreator
RELIGIA	55	Osobisty	Kreator/obserwator
MECHANIKA	23	Osobisty	Kreator
MOTORYZACJA	13	Osobisty	Kreator
ŻEGLUGA	10	Osobisty	Kreator

Uwaga: L.PR. – liczba pryzmatów, P.W. (1) – punkt widzenia konwencjonalny/osobisty, P.W. (2) – punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat/punkt widzenia obserwatora.

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać w tabeli 3, absolutnie najczęściej pojawiającym się w PS modelem metaforycznym jest WOJNA (aż 77,45% wszystkich pryzmatów). Fakt, że następny w kolejności model, ROZRYWKA, osiągnął frekwencję na poziomie zaledwie 11,27%, dobitnie świadczy o wysokim stopniu skonwencjonalizowania metaforyki wojennej. Zwiększyła się liczba modeli metaforycznych w porównaniu z materiałem radiowo-telewizyjnym. W korpusie tekstów prasowych jest ich 10 (3 nowe – HAZARD, NAUKA i ŻEGLUGA). Nie jest to wynik imponujący, jeśli wziąć pod uwagę ogromną różnicę liczebności pryzmatów z obu źródeł. Może to wskazywać na niewielką podatność języka prasowego na innowacje metaforyczne (względnie na znikomą oryginalność zajmujących się sportem dziennikarzy prasowych, którzy najchętniej sięgają po przenośnie wojenne). Zapewne przyczyną takiego stanu rzeczy jest inna sytuacja komunikacyjna. Dziennikarz piszący nie podlega działaniu tak silnych emocji jak komentator omawiający wydarzenia sportowe na żywo. W mniejszym stopniu niż komentatora dotyczy go dążenie do obrazowości, ożywiania opisu zdarzeń czy tworzenia atmosfery widowiska. Dzięki temu autor tekstu prasowego może sobie pozwolić na większą rozwagę i ostrożność w wyrażaniu myśli.

Z ograniczeniem kreatywności na poziomie modeli metaforycznych łączy się mniejsza frekwencja pryzmatów w grupie VARIA, co sprawia, że w odróżnieniu od materiału radiowo-telewizyjnego nie ma już ona tak mocnej pozycji (zaledwie 5,8% w prasie wobec 27,43% w tekstach komentatorów sportowych).

Na poziomie pryzmatów konceptualnych kwestia konwencjonalności punktu widzenia jest bardziej złożona, ponieważ ich frekwencja wykazuje większe wyrównanie. Przyjąłem w tym przypadku założenie, że pojedyncze metafory na miano oryginalnych, jednostkowych, nietuzinkowych zasługują wówczas, gdy

występują w korpusie tekstów nie więcej niż jeden raz. Pamiętać jednak należy, że konwencjonalność będzie na tym poziomie wyraźnie skalarna (300 powtórzeń świadczy o większym stopniu utrwalenia niż chociażby 5, 10 czy nawet 50). W tabeli 4 podaję 50 przyrządów najczęściej pojawiających się w korpusie tekstów prasowych (ponieważ wszystkie reprezentują konwencjonalny punkt widzenia, nie było konieczne umieszczenie tutaj kolumny dotyczącej tej opozycji).

Tabela 4. Frekwencja przyrządów konceptualnych w materiale prasowym

Przyrząd	L. PWT.	Model metaforyczny	Punkt widzenia
1	2	3	4
Wygrać	469	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Rywal	354	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Napastnik	349	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Strzelać	334	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Przegrać	329	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zdobywać	303	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zwycięstwo	289	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Pokonać	264	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Walczyć	243	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Awans	210	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Porażka	203	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Walka	202	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Występować	188	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Atak	181	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Gwiazda	160	VARIA (osobisty)	Obserwator
Występ	158	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Obrońca	149	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Wygrany	147	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Strzał	141	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Kapitan	109	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Obrona	104	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Awansować	93	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator

Tabela 4 (cd.)

1	2	3	4
Strzelec	92	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Bronić	77	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Starcie	75	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Rywalizacja	73	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Defensywa	62	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Snajper	60	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Przegry	58	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Rola	55	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Skrzydłowy	53	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Przeciwnik	50	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zwycięzca	47	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Debiutować	47	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Zwyciężyć	46	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Impreza	46	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Debiut	45	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Potyczka	41	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zdobycie	40	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Ofensywny	40	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Stawiać na (kogoś/coś)	39	HAZARD (osobisty)	Kreator
Pojedynek	38	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Atakować	37	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Król/Królowa	36	VARIA (osobisty)	Kreator
Triumf	35	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Prezentować się	35	ROZRYWKA (konwencjonalny)	Kreator
Powołanie	35	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Zwycięski	34	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Rywalizować	32	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator
Atakujący	32	WOJNA (konwencjonalny)	Kreator

Uwaga: L.PWT. – liczba powtórzeń.

Źródło: opracowanie własne.

Ze względu na wspomnianą wyżej hegemonię modelu WOJNA nie powinno dziwić, że tabela 4 jest wyraźnie zdominowana przez reprezentujące go pryzmaty. Należy jednak zwrócić uwagę na czołówkę statystyki – najczęściej wykorzystywane są pryzmaty (jak *wygrać*, *przegrać*¹, *strzelać*) stanowiące swoisty fundament języka sportu, bez którego nie można nawet mówić o wydarzeniach sportowych. Są więc one tak skonwencjonalizowane, że nawet nie odczuwa się ich metaforyczności. Na drugim biegunie znajdują się pryzmaty (jak np. *armia*, *błyskawica* lub *granat ręczny*), które nie zostały uwzględnione w tabeli 4. Ich metaforyczny charakter jest już dużo łatwiej odczytać.

Równie wyraźnie rzuca się w oczy przewaga punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat, co zgadza się ze spostrzeżeniami z badań nad materiałem radiowo-telewizyjnym i z wynikającą z nich konstatacją, że sport jest postrzegany jako domena działań ludzkich. Wciąż jednak modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne wykazują zdolność do krzyżowania punktów widzenia, co zostanie wykazane w szczegółowej analizie poszczególnych modeli.

4.1.1. Modele metaforyczne w materiale prasowym

4.1.1.1. WOJNA

Jest to model metaforyczny o największym stopniu konwencjonalizacji w badanym materiale (6260 powtórzeń, 77,45% ogółu). Nic więc dziwnego, że reprezentują go pryzmaty o największej powtarzalności, przekraczającej niejednokrotnie frekwencję całych modeli metaforycznych. Potwierdziły się spostrzeżenia dotyczące wprowadzania społecznego punktu widzenia przez pryzmaty, takie jak *wygrać*, *walczyć*, *pokonać*, *strzał*. Również w prasie są one jednymi z najczęściej stosowanych. Zgodnie z wnioskiem z poprzedniego rozdziału, że punkty widzenia na poziomie modeli i pryzmatów mogą się krzyżować, należało się spodziewać, że również w przypadku korpusu teksów prasowych będziemy mieli do czynienia z tym zjawiskiem. Analiza materiału dowiodła, że było to słuszne przypuszczenie. By lepiej to unaocnić, przyjąłem przedstawiony w rozdziale trzecim model prezentowania wyników analizy z podziałem na konkretne konfiguracje punktów widzenia.

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(6225 powtórzeń – 99,4%²)

Liczba powtórzeń tego schematu mówi sama za siebie – odejścia od niego w ramach modelu WOJNA są przypadkami zupełnie marginalnymi, co wskazuje na pewną zależność dziennikarzy prasowych od powszechnie przyjętego kon-

¹ W przypadku *wygrać* i *przegrać* metaforyczność może być dyskusyjna. Uznałem te wyrazy za pryzmaty, ponieważ uważam je za zaczerpnięte z języka mówienia o wojnie – taka interpretacja jest sensowna, jeśli zgodzimy się z Walterem Ongiem, że podstawę naszego doświadczania świata stanowi *agon*.

² Podobnie jak w rozdziale 3, w nawiasach podaję liczbę powtórzeń schematu oraz wyliczam, jaki procent wszystkich reprezentacji danego modelu stanowi ów schemat.

wencjonalnego punktu widzenia. Nie można jednak stwierdzić zupełnego braku oryginalności, ponieważ model ten reprezentowany jest przez wiele pryzmatów różniących się od siebie znacznie pod względem stopnia skonwencjonalizowania. Poniżej podaję dziesięć przykładów charakteryzujących się niejednakową frekwencją (w nawiasach liczba powtórzeń):

– *wygrać* (469):

„Polacy zachowali dwupunktową przewagę nad Finlandią. [...] Martwić jednak powinno co innego. Biało-czerwoni nie **wygrali** już od czterech spotkań” (2007, 214, 2³);

– *rywal* (354):

„Piłkarz postawił więc na swoim. I dobrze. Po raz kolejny pokazał charakter. Jako jeden z niewielu odważnie zapowiada, że walka o mistrzostwo Polski jest już rozstrzygnięta, bo Wisła nie ma godnych siebie **rywali**” (2007, 283, 2);

– *napastnik* (349):

„**Napastnik** Heerenveen dopiero w 31. minucie oddał pierwszy celny strzał” (2007, 244, 3).

W materiale radiowo-telewizyjnym pryzmat ten pojawił się tylko dwukrotnie i sygnalizowałem, że można się spodziewać większej jego powtarzalności w obszerniejszym korpusie tekstów prasowych. Analiza potwierdza to założenie, podobnie jak wniosek, że pryzmaty takie jak *strzelba* czy *egzekutor*, będące jedynie wariantami *napastnika* nazywającymi zawodnika ze względu na inne przeszczenie cech, stosowane są dużo rzadziej (w PS ich frekwencja to, odpowiednio, 3 i 2 powtórzenia).

– *przegrać* (329):

„W miniony weekend w derby stolicy Warszawianka **przegrała** z AZS AWF Warszawa 21:29” (2007, 36, 13);

– *walka* (202):

„Tym razem na boisku było zdecydowanie więcej **walki**. W środkowej strefie gra była wiele razy przerywana faulami” (2007, 86, 7);

– *strzał* (141):

„W 14. minucie obchodzący w poniedziałek 30. urodziny Gianluca Zambrotta dośrodkował, a jeden z najniższych na boisku – Deco **strzałem** głową pokonał Jose Reinę” (2007, 45, 2);

– *potyczka* (41):

„Fachowcy uważają, że 26-letni Jaros [...] ma talent na miarę Mariusza Czerkawskiego. Czy potwierdzi go w dzisiejszej **potyczce** z »Pasami«?” (2007, 274, 11);

– *atakować* (37):

„26-letni kolarz grupy Lampre długo trzymał się nieco z tyłu, by wreszcie **zaatakować**”. (2007, 118, 13);

³ W toku analizy, dla uproszczenia, stosuję następujący zapis lokalizacji cytatów z PS: rok, numer, strona.

– *klęska* (18):

„We Francji wydarzeniem weekendu był nie mecz Nantes – Auxerre, ale **klęska** Olympique Marsylia w meczu z Toulouse (0:3)” (2007, 48, 14);

– *bitwa* (12):

„**Bitwę** na Estadio Mestalla, która może zadecydować o mistrzostwie, wygrał gospodarze 2:1!” (2007, 42, 6).

Jak widać, frekwencja pryzmatów uznanych za konwencjonalne jest bardzo zróżnicowana. Dlatego nie można pochopnie wyciągać wniosku o braku oryginalności dziennikarzy sportowych na tym poziomie tworzenia metafor. Pojawianie się rzadziej stosowanych pryzmatów (typu wspomnianych wyżej *bitwa* czy *klęska*, ale także choćby *atomowy*⁴ [3 powtórzenia] lub *celować*⁵ [2 powtórzenia]) jest jednym ze sposobów **przełamania rutyny**, schematyczności wypowiedzi.

Również zmiana przedmiotu odniesienia pryzmatu, sygnalizowana w rozdziale trzecim jako zmniejszająca nieco stopień konwencjonalizacji, znajduje swoje realizacje w korpusie tekstów prasowych, co widać na przykładzie pryzmatu *przegrać*:

1) Polki **przegrały** z Węgierkami 26:28 w Dijon i w drugiej fazie MŚ pozostają bez zwycięstwa (2007, 283, 13);

2) Tomasz Jirsak **przegral** rywalizację o miejsce w środku pomocy z Mauro Cantoro i Radosławem Sobolewskim (2007, 298, 4);

3) Adam Małysz płakał w sobotę z radości, Justyna Kowalczyk – z wielkiego żalu. Polka **przegrała** z chorobą i z trasy biegu na 30 kilometrów klasykiem zeszła przed półmetkiem (2007, 54, 5);

4) Kamil Stoch w najważniejszych skokach **przegrywa** z tremą (2007, 51, 14).

Podobnie jak było to w przypadku pryzmatu *pokonać* w materiale radiowo-telewizyjnym, *przegrać* ma **różne przedmioty odniesienia** – można przegrywać oczywiście z innym sportowcem (lub drużyną), w tym także z kolegami z zespołu (jak w przykładzie 2, w którym walka toczy się o możliwość gry w podstawowym składzie), ale również z przeszkodami nieożywionymi – chociażby tremą czy chorobą. Dodatkowe działanie zmniejszające poczucie nieoryginalności ma fakt, że wiele najbardziej skonwencjonalizowanych pryzmatów konceptualnych, reprezentujących model WOJNA, nie jest rozpoznawanych jako metafory, a ich używanie wydaje się konieczne do formułowania wypowiedzi o sporcie (czytelnik nie zwraca uwagi na ich wysoką powtarzalność, więc nie może mu ona przeszkadzać, o ile, rzecz jasna, nie jest celowo doprowadzona do absurdu).

Łagodzenie poczucia znudzenia i monotonii osiągane jest także przez dodawanie przedrostków do skonwencjonalizowanych pryzmatów, jak np. w przypad-

⁴ Por. np.: „Dwaj najwyżsi zawodnicy w historii tenisa – Ivo Karlović (207 cm) i John Isner (206 cm) – znów robili wspaniały użytek ze swej najgroźniejszej broni: **atomowego** podania” (2007, 201, 13).

⁵ Por. np.: „W przyszłym sezonie Małysz będzie najprawdopodobniej **celował** w medal MŚ w lotach” (2007, 73, 12).

ku pryzmatu *snajper*: „Heerenveen – specjaliści od produkcji **supersnajperów**” (2007, 194, 4).

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(35 powtórzeń, 0,6%)

Frekwencja tego schematu wskazuje na znikomą aktywność twórczą dziennikarzy sportowych na polu metafor „wojennych”. Należy jednak pamiętać, że teksty ukazujące się w PS nie są literaturą piękną (zwłaszcza poezją) i nadmierne zagęszczenie metafor jednostkowych mogłoby im zaszkodzić, powodując zbyt dużą wręcz podniosłość. Dzięki niewielkiej częstotliwości występowania, zwracają one na siebie uwagę i mają rzeczywistą moc podkreślania odrębności, indywidualności punktu widzenia nadawcy. Poniżej prezentuję dziesięć najciekawszych przykładów omawianego schematu (nie podaję liczby powtórzeń, ponieważ każdy z tych pryzmatów pojawia się tylko jednorazowo):

– *zabójca*:

„Kolporter kupując w 2005 roku nowego napastnika chciał stworzyć »duet **zabójców**«. Gajtkowski z Grzegorzem Piechną mieli strzelać gole w każdym spotkaniu” (2007, 289, 6).

Cudzyśłów, którym objęty jest powyższy pryzmat, stanowi sposób na zasugerowanie **dystansu**, z jakim nadawca podchodzi do użytych przez siebie słów. Osłabia to moc metafory, podważając jej zasadność. Takim i podobnym zabiegiem więcej miejsca poświęcam w następnym rozdziale;

– *granat ręczny*:

„Polski **granat ręczny**” (2007, 22, 1).

Jest to tytuł artykułu traktującego o znakomitej (i zaskakującej fachowców) grze reprezentacji Polski w piłce ręcznej (stąd podkreślenie, że chodzi o granat ręczny, można traktować jako grę słów, dowodzącą kreatywności autora tekstu);

– *w cywilu*:

„Być może w tej trudnej sytuacji kadrowej Wojciech Matczak będzie zmuszony sięgnąć znów po Artura Ślusarczyka, który niedzielne spotkanie oglądał **w cywilu**. Były reprezentant Polski zachował się wcześniej mało dyplomatycznie, ogłaszając publicznie swój powrót po sezonie do Zagłębia Sosnowiec. Po tej deklaracji trener najpierw przesunął go do czwartego ataku, a ostatnio w ogóle wykreślił z meczowego protokołu” (2007, 61, 11);

– *śmiercionośny*:

„*Strzały* Japończyka były jednak nie tak **śmiercionośne** jak zawsze, a *napastnicy* spóźniali się do jego podań” (2007, 45, 5).

W powyższym cytacie kursywą zaznaczyłem dwa pryzmaty, które również reprezentują model metaforyczny WOJNA. Jest to oczywiście kolejny przykład nagromadzenia pryzmatów. W tym przypadku jednak jeden z nich jest **dookreśleniem** innego (*strzały*... **śmiercionośne**). Dzięki temu wypowiedź zyskuje walor

dużej spójności, a jednocześnie wzmacnia stopień konwencjonalności postrzegania sportu jako wojny;

– *rykoszet*:

„Piłka trafia w pole karne Legii, tam przejmuję ją Łukasz Piszczek, wycofuje do Michała Stasiaka, a ten *strzela*. Próbuje ją blokować Surma. **Rykoszet** i Fabiański jest bezradny” (2007, 123, 5).

Tu również występuje nagromadzenie charakteryzujące się wyraźną **spójnością w obrębie standardowego scenariusza zdarzeń** (zgodnie z wyobrażeniem przeciętnego użytkownika języka rykoszet jest wynikiem strzału, dlatego obecność powyższych pryzmatów w bliskim sąsiedztwie nie razi i wydaje się zupełnie naturalna);

– *rozstrzelać*:

„Ivanović [...] w bitwie dwóch najładniejszych zawodniczek świata »**rozstrzelała**« 6:2, 6:1 rozstawioną z numerem 2. Marię Szarapową” (2007, 132, 15).

Cudzysłów pełni w tym przypadku taką samą funkcję jak w cytacie z pryzmatem *zabójca*;

– *pod dowództwem*:

„Jak radzić sobie ze zdecydowanie silniejszym wicemistrzem kraju pokazała Okeisha Howard. [...] **Pod jej dowództwem** podopieczne Iwony Jabłońskiej stopniowo zmniejszały straty” (2007, 259, 14);

– *rozbroić*:

„Amelie Mauresmo także wyglądała na zrelaksowaną [...]. Lecz chyba w najczarniejszych snach nie przypuszczała, że na trawie tragicznie biegająca Czeszka zrobi jej krzywdę. I nie zrobiła – wszechstronna Francuzka **rozbroiła** się sama. 13 asów, ale do tego 14 podwójnych błędów serwisowych” (2007, 154, 12).

Ostatnie zdanie tego fragmentu, następujące od razu po wprowadzeniu pryzmatu, jest wyjaśnieniem zasadności użycia metafory. Dla kibiców tenisa Amelie Mauresmo jest znana jako zawodniczka silna, której atutem jest przede wszystkim mocny serwis. Popołniając tak dużą liczbę podwójnych błędów serwisowych (każdy z nich liczy się jako punkt dla rywalki), pozbawiła się swojej najważniejszej „broni”, a więc śmiało można uznać to za „rozbrojenie”;

– *odpalić*:

„Ile asów musiałby **odpalić** »A-Rod«, by wreszcie rozprawić się ze swym prześladowcą?” (2007, 147, 10).

W kolejnym cytacie z dziennikarza zajmującego się tenisem ziemnym asy serwisowe traktowane są jak pociski rakietowe, stąd zastosowanie pryzmatu *odpalić*:

– *pistolet*:

„Kmieciowski zaciął się **pistolet**” (2007, 214, 11).

Powyższy tytuł artykułu odnosi się do zawodnika, który przestał zdobywać gole. Widać zatem, że nie tylko sami sportowcy mogą być nazywani jak broń

(*strzelba*⁶, *armata*⁷), ale także ze względu na ich cechy (jak choćby skuteczność) może być im przypisywane posługiwanie się bronią w czasie rozgrywek sportowych (oczywiście w sensie metaforycznym, nie zaś dosłownym) – jest to jednak zjawisko rzadziej spotykane.

Podane przeze mnie przykłady realizacji schematu *model metaforyczny konwencjonalny* – *pryzmat niekonwencjonalny* są ciekawymi dowodami kreatywności dziennikarzy sportowych na polu metaforyki „wojennej”. Nie jest ona jednak odczuwana jako nadmierna czy niestosowna, ponieważ stopień utrwalenia modelu metaforycznego jest tak duży, że, jak wskazywałem w rozdziale trzecim, wpływa na gotowość percepcyjną użytkowników języka. W niektórych przypadkach takie poszukiwanie trafnego określenia prowadzi autorów tekstów do stosowania przenośni, które sami uważają za być może zbyt daleko posunięte. Opatrzone zostają wówczas cudzysłowem (jak w przykładach z pryzmatami *strzelba*, *zabójca*, *rozstrzelać*), pozwalającym nadawcy na **zdystansowanie się od własnego punktu widzenia**.

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(6214 powtórzeń, 99,2%)

Dominacja tego schematu w opozycji punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat – punkt widzenia obserwatora jest potwierdzeniem wniosku z rozdziału trzeciego, zgodnie z którym model metaforyczny będący nośnikiem punktu widzenia kreatora (a takim jest model WOJNA) wymusza na nadawcy stosowanie odpowiednich pryzmatów (również wprowadzających tę perspektywę).

Ze względu na wcześniejsze ustalenie wynikające z badania materiału radiowo-telewizyjnego zwróciłem także szczególną uwagę na stosowanie przez dziennikarzy prasowych czasowników w stronie czynnej. Podobnie jak w przypadku tekstów komentatorów sportowych przewaga strony czynnej jest wyraźna. Autorzy tekstów w „PS” wolą profilować wykonawców czynności i sprawców stanów rzeczy. Ułatwia to z pewnością ocenianie i wskazywanie osób odpowiedzialnych za konkretne wydarzenia lub wyniki. Zobrazuję to na przykładzie pryzmatu *strzelać*:

To gospodarze byli jednak bliżej wygranej, choć **ostrzelali** tylko słupek i poprzeczkę (2007, 65, 3).

Tak sformułowana wypowiedź wskazuje na zawodników drużyny gospodarzy jako wykonawców czynności (podkreślając ich indolencję strzelecką) i sugere-

⁶ Por. np.: „Słabo wyglądamy z rozgrywkami. Pierwszą »strzelbą« okazała się Dorota Malczewska, która zdobywała bramki z prawej strony, a jest praworęczna, więc to spora sztuka” (2007, 54, 25).

⁷ Por. np.: „Szukają **armat**” (2007, 13, 6.) – tytuł artykułu dotyczącego klubu piłkarskiego poszukującego napastników.

ruje, że to oni są odpowiedzialni za ostateczny wynik (ponieważ „ostrzelali tylko słupki i poprzeczkę”, w domyśle: zamiast strzelić gola). Gdyby jednak nadawca zastosował pryzmat w stronie biernej, nie można by było mówić o takim samym efekcie:

To gospodarze byli jednak bliżej wygranej, choć ostrzelane zostały tylko słupki i poprzeczka.

W powyższym zdaniu pryzmat profiluje słupki i poprzeczkę jako cele, które zostały trafione, nie wskazuje jednak, przez kogo. Taki zabieg nie tylko utrudnia poznanie sprawcy czynności (możemy się jedynie domyślać, że chodzi o podmiot pierwszego zdania – gospodarzy), ale także wpływa na działania **identyfikacyjne i symulacyjne** odbiorcy. O ile bowiem w przypadku strony czynnej czytelnik może z łatwością identyfikować się z wykonawcą czynności (w omawianym przykładzie – z wykonawcami, czyli gospodarzami meczu), o tyle przy zastosowaniu strony biernej mógłby co najwyżej identyfikować się ze słupkami i z poprzeczką, które zostały ostrzelane. Taki efekt byłby niezgodny z tendencją do postrzegania sportu jako dziedziny aktywności ludzkiej. Dlatego też, zarówno w tekstach komentatorów sportowych, jak i dziennikarzy prasowych piszących o sporcie, dużo częściej mamy do czynienia z czasownikowymi pryzmatami konceptualnymi w stronie czynnej niż w stronie biernej (wzmacnia to odczuwalność punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat, utrwalając go jako dominującą perspektywę).

W zaproponowanym przeze mnie powyżej zdaniu w stronie biernej **uwaga czytelnika zostaje odwrócona od wykonawców czynności**, a więc zawodników, którzy nie potrafili strzelić gola, co skutkowało niekorzystnym wynikiem. Dzięki temu unika się wskazania wprost osób odpowiedzialnych za niepowodzenie drużyny. Przykłady podobnego działania strony biernej znalazłem w korpusie tekstów prasowych. Tak jest choćby w przypadku pryzmatu w formie imiesłowu przymiotnikowego biernego *pokonany*:

Mucha wreszcie **pokonany**, ale Legia nadal zwycięska (2007, 216, 5).

W powyższym cytacie autor odnosi się do przerywania dobrej serii meczów bez straconego gola, rozegranych przez bramkarza Legii Warszawa, Jana Muchy. Wykorzystanie strony biernej sprawia, że uwaga odbiorcy ogniskuje się na pokonanym zawodniku, a nie na tym, który go pokonał. Mamy tu do czynienia z wyborem punktu widzenia bramkarza – profilowanie tej części wydarzenia w pewien sposób **wymusza** na czytelniku identyfikowanie się nie z wykonawcą czynności (zostaje on zupełnie pominięty, jakby nie było ważne, komu udało się pokonać Jana Muchę), ale z zawodnikiem Legii (a więc jest podobnie jak w przypadku wypowiedzenia z ostrzelaniem słupki i poprzeczki). Można wręcz odnieść

wrażenie, że to on jest sprawcą zdarzenia, a nie piłkarz, który faktycznie strzelił gola (obrazowanie z takiego punktu widzenia w pewnym sensie odbiera zasługę zdobywcy bramki).

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

46 powtórzeń, 0,8%)

Krzyżowanie punktów widzenia kreatora i obserwatora w modelu metaforycznym WOJNA reprezentowane jest przez sześć pryzmatów o łącznej frekwencji 46 powtórzeń (wobec 6214 schematu nieskrzyżowanego). Wpływ punktu widzenia utrwalonego w modelu metaforycznym na wybór pryzmatów jest więc bezdyskusyjny. Poniżej przytaczam przykłady użycia przez dziennikarzy PS każdego ze wspomnianych pryzmatów, grupując je w dwa zespoły. Pierwszy stanowią słowa odnoszące się do części ustawień zespołów na boisku (w nawiasach frekwencja):

– *flanka* (6):

„Takie ustawienie miało zdynamizować lewą **flankę**” (2007, 78, 9);

– *skrzydło* (27):

„Jego Zagłębie ma odważnie atakować, często **skrzydłami** i w ten sposób stwarzać zagrożenie pod bramką przeciwnika” (2007, 65, 6).

W omawianym schemacie znalazło się także kilka pryzmatów przymiotnikowych wzbudzających pewne wątpliwości w kwestii zakwalifikowania ich do punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat (stanowią one drugą wyróżnioną przeze mnie grupę). Podaję je poniżej wraz z frekwencją i cytatami:

– *atomowy* (3):

„Dwaj najwyżsi zawodnicy w historii tenisa – Ivo Karlović (207 cm) i John Isner (206 cm) – znów robili wspaniały użytek ze swej najgroźniejszej broni: **atomowego** podania” (2007, 201, 13);

– *bombowy* (1):

„Mecz trzymał w napięciu od pierwszego biegu. Na otwarcie **bombowy** start zademonstrował Marcin Leś, który później utrzymywał dobry poziom” (2007, 101, 20);

– *śmiercionośny*⁸ (1):

„Strzały Japończyka były jednak nie tak **śmiercionośne** jak zawsze, a napastnicy spóźniali się do jego podań” (2007, 45, 5);

– *waleczny* (8):

„Arbitrzy nie potrafili wyjaśnić, dlaczego już w 55. minucie wyrzucili z boiska niezwykle **walecznego** zawodnika gospodarzy Rafała Kuptela” (2007, 95, 21).

W trzech pierwszych fragmentach występują pryzmaty, które wprawdzie wskazują na cechy obiektów, do których się odnoszą, ale są to właściwości wyraźnie nadane im przez ludzi, stąd też moje wahanie przed zaliczeniem ich do tego schematu. Ich

⁸ Cytat z wykorzystaniem tego pryzmatu przytaczam także wyżej, ale przypominam go w tym miejscu dla zachowania klarowności wyводу.

interpretacja jest jednak podobna do ustaleń z poprzedniego rozdziału, dotyczących pryzmatu *sila ognia*. Dlatego też pozostanę przy stwierdzeniu, że wyrażają perspektywę obserwatora, z zastrzeżeniem, że są dowodami na trudność w znalezieniu czystego przykładu krzyżowania punktów widzenia kreatora i obserwatora.

4.1.1.2. ROZRYWKA

Model metaforyczny rozrywka, podobnie jak w materiale radiowo-telewizyjnym, uplasował się na drugim miejscu pod względem frekwencji (911 powtórzeń, 11,27% ogółu). Potwierdza się więc, że jest to drugi, obok WOJNY, konwencjonalny sposób postrzegania i obrazowania sportu. Stopień jego utrwalenia jest jednak znacznie mniejszy niż w przypadku modelu analizowanego powyżej – w istocie dzieli je przepaść pod względem liczby przywołań w tekstach dziennikarzy sportowych. Można się dzięki temu spodziewać, że wśród realizacji modelu ROZRYWKA większą rolę będą odgrywały pryzmaty wprowadzające niekonwencjonalny punkt widzenia. Rzeczywiście, schemat skrzyżowania perspektyw indywidualnej i społecznej ma znacznie większy udział w puli pryzmatów „rozrywkowych” niż „wojennych” (wprawdzie jest ich mniej, ale stanowią 2% ogółu pryzmatów w modelu ROZRYWKA, podczas gdy w modelu WOJNA niekonwencjonalny punkt widzenia wprowadzany był zaledwie w 0,6% metafor). Poniżej podaję wszystkie konfiguracje punktów widzenia dla modelu ROZRYWKA:

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(893 powtórzenia, 98%)

Schemat ten zachowuje dominującą pozycję, co świadczy również o stopniu skonwencjonalizowania samego modelu (wprawdzie wyraźnie odstaje od modelu WOJNA, ale mimo wszystko pozostaje konwencjonalny). W materiale radiowo-telewizyjnym wyższą frekwencję (65,21%) miał schemat skrzyżowanych punktów widzenia, więc mamy do czynienia z wyraźną różnicą wyników. Obszerność korpusu tekstów prasowych każe jednak przyjąć, że analiza PS dała pełniejszy obraz modelu metaforycznego ROZRYWKA i wiążących się z nim konfiguracji perspektyw. Oto dziesięć przykładowych pryzmatów realizujących omawiany schemat:

– *występować* (188):

„Cały temat jest bardzo delikatny. Trzeba pamiętać bowiem, że Reiss jest uznawany za symbol Lecha i wielu kibiców wręcz nie wyobraża sobie, żeby ten piłkarz mógł **występować** w jakimś innym polskim klubie” (2007, 242, 7);

– *występ* (158):

„Po bardzo udanych **wystęпах** w reprezentacji Polski zawodnikiem warszawskiej Legii zainteresował się jeden z najbogatszych francuskich klubów” (2007, 10, 4).

Dwa przytoczone powyżej pryzmaty pojawiają się najczęściej w ramach modelu ROZRYWKA. Są to więc najbardziej skonwencjonalizowane metafory „rozrywkowe” (podobnie było w przypadku materiału radiowo-telewizyjnego). Ich frekwencję należy tłumaczyć koniecznością zaliczenia ich do grupy pryzmatów niezbędnych do mówienia o sporcie, stanowiących podstawę języka wszelkich tekstów opisujących wydarzenia sportowe (podobnie jak *wygrać*, *przegrać* czy *strzelać*). Jedynymi ich zamiennikami niemetaforycznymi, które mogłyby przewyższyć je frekwencją, są odpowiednio słowa „grać” i „gra”.

Na przykładzie omawianych pryzmatów można także wskazywać sygnalizowane przeze mnie wyżej zjawisko zmiany przedmiotu odniesienia. Występować można bowiem zarówno w klubie, na stadionie, jak i w meczu (to samo dotyczy pryzmatu *występ*)⁹.

– *rola* (55):

„Z kolei w Widzewie nie jest już tak różowo, o czym świadczy chociażby niedawna dymisja Michała Probierza i zastąpienie go Markiem Zubem, dla którego piątkowy mecz przy Łazienkowskiej był debiutem w **roli** pierwszoligowego trenera” (2007, 216, 5);

– *debiutować* (47):

„**Debiutował** w kadrze w lutym 2002 roku. Od tamtej pory rozegrał w drużynie narodowej raptem 19 meczów” (2007, 274, 6);

– *impreza* (46):

„Copa America – już w nocy początek największej piłkarskiej **imprezy** tego roku” (2007, 147, 8);

– *widowisko* (22):

„Nawet bez Kajsy floplistki stworzą jednak pasjonujące **widowisko**, którego głównymi aktorkami mają być: Bułgarka Wenelina Wenewa (2,02), Chorwatka Blanka Vlastić i Hiszpanka Ruth Beitia (2,01)” (2007, 52, 16);

– *popis* (13):

„Dwie następne akcje to indywidualne **popisy** Agüero” (2007, 163, 4);

– *dubler* (11):

„Test **dublerów**” (2007, 167, 5) – jest to tytuł artykułu o meczu towarzyskim, w którym trener dał szansę zagrać rezerwowym zawodnikom (metafora więc odnosi się do nich, jako do zmienników);

– *dreszczowiec* (3):

„Roberto Carlos dwa miesiące temu zdecydował, że po 11 latach spędzonych na lewej obronie »Królewskich« opuści drużynę. Wcześniej jednak stał się kolejnym bohaterem zespołu, tak jak w meczu z Sevillą (3:2) rezerwowi Guti [...], a w poprzedniej kolejce, w **dreszczowcu** z Espanyolem (4:3), Gonzalo Higuain” (2007, 118, 7);

⁹ Por. np. cytaty: „W przeciwieństwie do Jagiellonii Kałuzny ma dobre wspomnienia z **występów** na stadionie przy Łazienkowskiej” (2007, 262, 4); „W czwartek w Głogowie mistrzowie Polski z Lubina grają najważniejszy mecz w Lidze Mistrzów z Flensburgiem. Nie **wystąpi** w nim ukarany przez EHF obrotowy Michał Stankiewicz” (2007, 272, 14).

– *serial* (8):

„W drugim secie pojawił się na zagrywce przy stanie 10:10 i rozpoczął **serial** serwisów, wyprowadzając swój zespół na prowadzenie 14:10” (2007, 16, 12).

Tym, co rzuca się w oczy jako wynik nawet pobieżnej analizy modelu ROZ-RYWKA, jest duża liczba pryzmatów przywołujących jako domenę źródłową film lub teatr (a więc dziedziny związane z odgrywaniem ról przed publicznością). Poza wymienionymi wyżej (z wyjątkiem *imprezy* i *popisu*) zaliczają się tu także chociażby pryzmaty: *akcja*, *horror*, *aktor*, *obsada*, *reżyser*, *zagrać epizod*, *zwrot akcji*, *scena*, *próba generalna*, *scenariusz* czy *odcinek*. Wskazywałoby to na dobrze ugruntowane **postrzeganie zawodów sportowych jako sztuki teatralnej lub filmowej**. Można także wnioskować, że istnieje wiele jednostronnych (asymetrycznych) podobieństw między sportem a teatrem czy filmem. W przypadku każdego bowiem z wymienionych przeze mnie pryzmatów nie ma mowy o odwróceniu metafory (mentalnie, w umyśle, może się to, oczywiście, odbywać, jednak konceptualizacja językowa stroni od tego typu zachowań, ponieważ zmniejszają one zrozumiałość wypowiedzi).

Model metaforyczny konwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(18 powtórzeń, 2%)

Zasygnalizowany powyżej typowy sposób postrzegania sportu jako sztuki teatralnej bądź filmowej nie ogranicza się tylko do pryzmatów konwencjonalnych. Również metafory zawierające osobisty punkt widzenia mogą realizować tę tendencję (pokazuje to, że dziennikarze, mimo pewnej rutyny na poziomie modeli metaforycznych, szukają rozwiązań oryginalnych na poziomie pryzmatów). Poniżej przytaczam dziesięć przykładów schematu skrzyżowanych punktów widzenia:

– *żonglerka*:

„**Żonglerka** graczami” (2007, 127, 12) – tytuł artykułu o ustawianiu zawodników na nowych dla nich pozycjach oraz o dokonywaniu częstych zmian w składzie drużyny;

– *zagrać epizod*:

„Oczko **zagrał** kilka **epizodów** w reprezentacji Polski” (2007, 10, 10);

– *dyrygować*,

– *pierwszoplanowa postać*:

„**Pierwszoplanową postacią** w zespole gospodarzy był rozgrywający Grzegorz Pilarz, który świetnie **dyrygował** swoją drużyną” (2007, 33, 15);

– *dyrygent*:

„Jedyny rodowity warszawianin w składzie, biorąc pod uwagę, że dawno już nie miał okazji, by sprawdzić się w roli **dyrygenta**, nie zawiódł” (2007, 78, 8).

Pryzmaty *dyrygent* i *dyrygować* rozdzieliłem, ponieważ każdy z nich profilekuje inny wycinek rzeczywistości (zwłaszcza dla *dyrygować* ważna jest jego odrębność, ponieważ wzmacnia odczuwalność punktu widzenia kreatora). Podobny

przypadek omawiałem już w rozdziale trzecim, opisując pryzmaty *występ* i *występować* (pojawiające się także, jak wiadomo, w materiale prasowym).

– *premiera*:

„Wczoraj w Barcelonie odbyła się **premiera** najnowszego bolidu Hondy – RA107” (2007, 22, 13);

– *odcinek*:

„**Odcinek** z Sapporo był jednym z najlepszych w dziejach serialu »M jak Małysz«” (2007, 54, 2).

Pryzmat *odcinek* w powyższym przykładzie odnosi się do zawodów MŚ w skokach narciarskich. Metafora serialu („M jak Małysz”) jest tutaj bardzo rozbudowana, jednak w całości fragment ten cytuję niżej w tym rozdziale, przy okazji omawiania zjawiska rozciągania przenośni.

– *showman*:

„Nie zawodził natomiast kolejny **showman** Nikola Grbić, który potrafił dokładnie wystawić piłkę dwoma palcami (2007, 39, 12);

– *cyrk*:

„Jego ambitne plany objazdowego boksterskiego »**cyrku**« z samym sobą w roli głównej (Mike chciał toczyć pokazowe walki) prawdopodobnie będą musiały poczekać” (2007, 4, 10);

– *scena*:

„Wszedł na **scenę**” (2007, 73, 10) – tytuł artykułu o pływaku, Michaelu Phelpsie, odnoszący się do jego pierwszego startu w MŚ w pływaniu.

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(911 powtórzeń, 100%)

W materiale prasowym nie wystąpiły przypadki krzyżowania punktów widzenia kreatora i obserwatora w modelu metaforycznym ROZRYWKA. Siła oddziaływania perspektywy podmiotu kształtującego swój świat w przypadku tego modelu jest więc bardzo duża. Ponieważ wszystkie pryzmaty zaliczyłem do tego schematu, ograniczę się do podania poniżej tylko tych, co do których początkowo miałem pewne wątpliwości (w nawiasach frekwencja):

– *podwórko* (5):

„Zgodnie z przewidywaniami sukcesy Roberta Kubicy pobudziły wyobraźnię wielu kierowców z krajowego **podwórka** wyścigowego” (2007, 4, 13);

– *arena* (6):

„Miotacze zdominowali w sobotni wieczór **arenę** zawodów, ale nie zaimponowali wynikami” (2007, 152, 17);

– *scena* (1):

„Wszedł na **scenę**” (2007, 73, 10).

Przytoczone powyżej trzy pryzmaty mają jedną cechę wspólną – nazywają miejsca. Nie odnoszą się więc do ludzi ani do ich działań (bezpośrednio), stąd

moje zastanowienie, czy nie są one wyrazami punktu widzenia obserwatora. Na ostateczną decyzję wpływ miał fakt, że są to miejsca silnie związane z człowiekiem – każde z nich jest wytworem człowieka i polem jego aktywności, co sprawia, że zakodowany jest w nich punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Z perspektywą obserwatora mielibyśmy do czynienia, gdyby np. boisko piłkarskie zostało nazwane chociażby sawanną lub stepem – są to miejsca powstające bez pomocy ludzkiej i istniejące niezależnie od człowieka. Takie metafory jednak wymagałyby szczególnych okoliczności, które jako kontekst wypowiedzi dziennikarza czyniłyby przenośnie zrozumiałymi (np. boisko z nieprzystrzyżoną trawą mogłoby wyglądać jak step, podczas gdy nazwanie tak zadbanego boiska byłoby niezrozumiałe).

– *dreszczowiec* (3):

„Kibice w Olsztynie obejrzeni wczoraj kolejny **dreszczowiec**” (2007, 19, 15);

– *horror* (5):

„Bramek nie brakowało natomiast w Stambule, gdzie Fenerbahce zafundowało kibicom prawdziwy **horror**. W 63. minucie przegrywało z Alkmaar już 1:3, by w przeciągu dziesięciu kolejnych doprowadzić do wyrównania” (2007, 39, 8);

– *hit* (19):

„Meksyk na inaugurację turnieju wygrał z Brazylią, dlatego półfinałowy mecz piłkarzy Hugo Sancheza z Argentyną może być prawdziwym **hitem** Copa America” (2007, 160, 11).

W przypadku tych trzech pryzmatów przedmiotem odniesienia są pewne wydarzenia sportowe. Można powiedzieć, że przyczynami metafor w tych przykładach są cechy opisywanych przez dziennikarzy zdarzeń, które czynią je podobnymi do niemetaforycznych desygnatów wspomnianych pryzmatów. Z tego względu rozważałem uznanie ich za reprezentacje punktu widzenia obserwatora. Postanowiłem zaliczyć je do schematu nieskrzyżowanego, ponieważ zarówno horrory, dreszczowce, jak i hity są dziełami ludzi i służą tylko ludziom. Nie może więc być mowy o pomyłce – są to nośniki punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat.

4.1.1.3. GOSPODARKA

W rozdziale trzecim przy okazji analizy układu sił modeli metaforycznych w materiale radiowo-telewizyjnym wyjaśniałem, dlaczego, mimo niewielkiej frekwencji (1,21%), nie zaliczyłem modelu GOSPODARKA do grupy VARIA. Zwróciłem wówczas uwagę na łatwość wydzielenia i wskazania modelu, który wprowadzają dane pryzmaty. Analiza korpusu tekstów prasowych potwierdziła słuszność mojej decyzji. GOSPODARKA uzyskała bowiem trzecią w kolejności liczebność powtórzeń (141, co stanowi 1,74% ogółu). Procentowo jej udział w całej puli jest więc podobny do materiału radiowo-telewizyjnego, ale zdecydowanie zyskała na tle innych modeli. Nie zmienia to oczywiście faktu, że wciąż

pozostaje modelem metaforycznym wyrażającym osobisty punkt widzenia (choć z pewnością nie tak niekonwencjonalny jak choćby ŻEGLUGA). Poniżej podaję konfigurację punktów widzenia w modelu GOSPODARKA:

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(131 powtórzeń, 92,9%)

Schemat skrzyżowanych punktów widzenia pod względem stopnia skonwencjonalizowania zdominował model metaforyczny GOSPODARKA. Prowadzi to do ciekawego spostrzeżenia, że niekonwencjonalny model metaforyczny może być reprezentowany w większości przez pryzmaty konceptualne wyrażające społeczny punkt widzenia. Oczywiście ich utrwalenie nie jest tak silne, jak w przypadku większości pryzmatów wprowadzających model WOJNA, jednak wykorzystujące je metafory wciąż pozostają zrozumiałe i powszechnie akceptowane. Oto dziesięć przykładowych pryzmatów realizujących ten schemat:

– *bilans* (30):

„A kibiców cieszy nie tylko **bilans** czterech ostatnich meczów (komplet zwycięstw, gole 13 – 3!), ale i fakt, że oprócz Messiego, rywali straszy wreszcie Henry” (2007, 229, 19);

– *konto* (21):

„Dwa stracone gole mocno obciążają **konto** Mateusza Sławika” (2007, 67, 5);

– *dorobek* (11):

„Do tej pory w Pucharze UEFA rozegrał w karierze 40 meczów i strzelił 13 goli. W porównaniu z Pandianim (59 meczów i 24 gole) marny to **dorobek**” (2007, 113, 5);

– *zaliczka* (6):

„Gracze Bogdana Wenty z kompletem punktów wygrali grupę C. To wielka **zaliczka** przed II rundą” (2007, 19, 1);

– *notowania* (6):

„Kiedy jednak w turnieju Lauritz Knudsen Cup kilka tygodni temu nie wygrali meczu (przegrali wyraźnie z Polakami), ich **notowania** spadły” (2007, 27, 2):

– *taryfa ulgowa* (3):

„W sobotę napastnik wicelidera z Lubina nie miał żadnej **taryfy ulgowej** dla przeciwnika” (2007, 95, 6);

– *zainkasować* (2):

„Kielczanie zdobyli pierwszego gola w nowym sezonie i **zainkasowali** pierwsze punkty” (2007, 181, 3).

Pryzmat *zainkasować* pojawia się dwukrotnie i za każdym razem w innym sensie (oraz z innym wartościowaniem). Powyżej chodzi o zdobycie punktów przez drużynę piłkarską, a więc jest to coś pozytywnego. Drugie użycie tego pryzmatu wprowadza jednak pewną zmianę:

Kiedy Jerzy Dudek **zainkasował** sześć bramek z Arsenalem, przyjąłem to z dziwnym zadowoleniem (2007, 13, 5).

Tym razem z czynnością inkasowania zestawione zostaje wpuszczenie kilku goli przez bramkarza. Sytuację taką cechuje wartościowanie negatywne (ponieważ chodzi o polskiego bramkarza). Oba te zastosowania pryzmatu *zainkasować* różnią się od siebie także stopniem skonwencjonalizowania (częściej jest on używany w związku ze zdobywaniem punktów przez drużyny), co jednak nie znalazło potwierdzenia w materiale prasowym (by to dostrzec, konieczne jest posiadanie wiedzy spoza korpusu tekstów).

– *mieć patent* (4):

„Potwierdziło się też, że »Nietoperze« **mają** ostatnio **patent** na Barcelonę (2 wygrane u siebie i 2 remisy na Camp Nou w ostatnich dwóch sezonach)” (2007, 42, 6);

– *produkcja* (2):

„Heerenveen – specjaliści od **produkcji** supersnajperów” (2007, 194, 4);

– *inwestycja* (2):

„Był wielką niewiadomą, okazał się bardzo trafioną **inwestycją**. Jan Urban może być pewny, że niebawem otrzyma propozycję przedłużenia kontraktu z warszawską Legią” (2007, 278, 4).

Jak widać na zaprezentowanych przykładach, do modelu GOSPODARKA zaliczałem pryzmaty przywołujące jako domeny źródłowe biznes, bankowość, przemysł, giełdę. Jest to więc model zróżnicowany, w którym dałoby się wyróżniać podsystemy (czy też podmodele), podobnie jak w przypadku ROZRYWKI (tam mieliśmy do czynienia choćby z metaforami filmowymi, teatralnymi, muzycznymi). Takie **wewnętrzne usystematyzowanie** modeli metaforycznych świadczy o kompleksowości zestawiania sportu z danymi dziedzinami oraz o wielości podobieństw, których nadawcy mogą się doszukiwać między domenami źródłowymi i domeną docelową.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

10 powtórzeń, 7,1%)

Schemat nieskrzyżowanych punktów widzenia pod względem stopnia skonwencjonalizowania odgrywa niewielką rolę w modelu metaforycznym GOSPODARKA. Ponieważ w zasadzie nie wnosi on nic nowego do dotychczasowych spostrzeżeń, poniżej podam pięć przykładów jedynie dla zobrazowania, z jakim poziomem oryginalności autorów mamy w tym przypadku do czynienia:

– *eksport*:

„Jeszcze nie tak dawno Boruc leczył polskie kompleksy, bo wydawało się, że jest to jedyny polski zawodnik, który może wybiec w każdej klubowej drużynie Europy. Przymierzany do Milanu, Arsenalu, Bayernu był chlubą naszego piłkarskiego **eksportu**” (2007, 130, 4);

– *produkt*:

„Gregor i Mario są pierwszymi »**produktami**« nowej szkoły skoków w ich kraju” (2007, 1, 15);

– *na raty*:

„W 2. minucie po dwójkowej akcji Dimitara Berbatowa z Robbiem Keane’em, Irlandczyk **na raty pokonał** Andresa Palopa” (2007, 82, 8).

W powyższym cytacie pojawia się pryzmat *na raty*, który współwystępuje z innym pryzmatem (*pokonać*) na zasadach konieczności. Określenie „na raty” zawsze musi odnosić się do jakiejś czynności, a więc wymaga obecności czasownika. Standardowym, niemetaforycznym desygnatem jest czasownik „kupować”, natomiast metaforycznie, w języku wypowiedzi o sporcie, pryzmat *na raty* łączy się z innymi pryzmatami, jak *pokonać*, *strzelać* czy *zdobywać*.

– *monopol*:

„Roger Federer nie może przełamać **monopolu** Rafaela Nadala na ziemi. Czy marzenia o Wielkim Szlemie trzeba odłożyć na później?” (2007, 95, 23);

– *otrzymać zapłatę*:

„Mika Kojonkoski **otrzymał** zasłużoną **zapłatę**, gdy jego podopieczny odniósł sukces w Innsbrucku” (2007, 4, 10).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(141 powtórzeń, 100%)

Podobnie jak w przypadku modelu metaforycznego ROZRYWKA brak przykładów krzyżowania punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat i punktu widzenia obserwatora. Po raz kolejny można powtórzyć wcześniejszy wniosek (wyrażony już w rozdziale trzecim), że modele odwołujące się do dziedzin wybitnie uzależnionych od działań ludzkich (bądź, jak w przypadku właśnie GO-SPODARKI, bez człowieka nieistniejących) wykazują bardzo silną tendencję do wprowadzania jedynie perspektywy kreatora. Ponieważ, jak już wyżej ustaliłem, pod względem opozycji kreator-obserwator pryzmaty konceptualne ukierunkowane są przez swoje modele metaforyczne, przypadki krzyżowania punktów widzenia na tych dwóch poziomach są rzadkością. Obok już wymienionych do schematu tego zaliczają się także przykładowo pryzmaty:

– *wkalkulowany*¹⁰ (1):

„porażka w towarzyskiej potyczce [...] była **wkalkulowana**” (2007, 1, 3);

– *wypromowany*¹¹ (2):

¹⁰ Wydaje się, że nie powinno być wątpliwości co do metaforyczności znaczenia tego słowa w podanym cytacie (wkalkulowane mogą być zyski lub straty w bilansie, kalkuluje się liczby – porażka więc może być także wkalkulowana, czyli wliczona, ale w sensie metaforycznym).

¹¹ „Różowo-czarni”, o których jest mowa w tym cytacie, to klub piłkarski UD Palermo, który wyszkolił zawodników ówczesnych mistrzów świata, Włochów. Promocja ma tu zatem znaczenie metaforyczne.

„W kadrze zwycięzców mundialu było aż pięciu piłkarzy **wypromowanych** przez »różowo-czarnych«” (2007, 4, 2);

– *zarobić* (5):

„a zbyt rożemocjonowany trener Wenta **zarobił** dla drużyny... dwie minuty kary (niechcący, jak twierdzi, odkopnął piłkę)” (2007, 19, 3);

– *eksportowy* (3):

„Gra podwójna – klęska naszej **eksportowej** pary w 1. Rundzie” (2007, 127, 13).

4.1.1.4. HAZARD

Jest to pierwszy z modeli, które legitymują się frekwencją poniżej 1%, a zarazem pierwszy występujący tylko w materiale prasowym. Reprezentuje go zaledwie 8 pryzmatów konceptualnych, pojawiających się łącznie 80 razy. Wszystkie metafory są wyrazami punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat (trudno o inny wynik analizy, skoro hazard, podobnie jak gospodarka, jest dziedziną nierozłącznie związaną z ludźmi). Pozostają więc dwie konfiguracje perspektywy postrzegania pod względem stopnia skonwencjonalizowania przenośni.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(79 powtórzeń, 98,75%)

Ponownie schemat skrzyżowanych punktów widzenia uzyskuje zdecydowaną przewagę w liczbie reprezentacji. Pryzmatów wprowadzających model HAZARD jest niewiele, a w związku z tym rośnie prawdopodobieństwo ich powtarzania, stąd też bierze się dominacja omawianej konfiguracji. Poniżej przytaczam wszystkie należące do tej grupy pryzmaty (w nawiasach frekwencja):

– *stawiać na (kogoś-coś)* (39):

„Argentyńczyk ma kapitalny sezon, trener Victor Fernandez **stawia na** niego w ciemno” (2007, 135, 13);

– *stawianie na (kogoś-coś)* (2):

„Klub odszedł od koncepcji **stawiania na** młodych, zdolnych zawodników i ściągnął doświadczonych Andrzeja Stelmacha, Roberta Szczerbaniuka i Rileyę Salmona” (2007, 67, 11).

Dwa powyższe pryzmaty są do siebie bardzo podobne, odnoszą się w zasadzie do tego samego wycinka rzeczywistości. Zdecydowałem się na ich rozdzielanie z tego samego względu, co choćby pryzmaty *występ* i *występować* – forma czasownikowa wzmacnia odczuwalność punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat.

– *zgarnąć pulę* (2):

„Na Bergisel całą **pulę zgarnął** Norweg Anders Jacobsen” (2007, 4, 10);

– *passa* (16):

„Euzebiusz Smolarek we wczorajszym wyjazdowym spotkaniu z Murcją przełamał złą **passę** i świętował drugiego gola w jednej z najmocniejszych lig Europy” (2007, 294, 13);

– *stawka* (12):

„**Stawką** dzisiejszego półfinału MŚ Polska – Dania będzie nie tylko miejsce w finale mundialu, ale też przyszłość całej dyscypliny” (2007, 27, 12);

– *karta* (4):

„Teraz Adam znów ma wszystkie najmocniejsze **karty**” (2007, 62, 10);

– *rozdawać karty* (4):

„Rozbili Real Madryt 3:0, pokonali Valencię 2:0 i Atletico 1:0, a teraz podejmują Barcelonę. Piłkarze Recreativo Huelva **rozdają karty** w Primera Division” (2007, 65, 11).

Ostatnie dwa przykłady rozdzieliłem, ponieważ *rozdawać karty* to utrwalony już w języku polskim frazeologizm, a przy tym zawierający czasownik, co pozwala uwydatnić punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(1 reprezentacja, 1,25%)

Schemat ten pojawił się w materiale prasowym zaledwie raz. Reprezentowany jest przez pryzmat konceptualny *rozdzanie*:

Teraz Adam znów ma wszystkie najmocniejsze karty. Jeśli wygra **rozdzanie** w Lillehammer, zgarnie całą pulę (2007, 62, 10).

W powyższym cytacie użyte zostały aż trzy pryzmaty wprowadzające model HAZARD. Jest to przykład rozciągnięcia metafory, zwiększającego spójność wypowiedzi (pod względem metaforyki). Zjawisko to omawiam dokładniej niżej w tym rozdziale.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że powtarzalność pryzmatów w modelu HAZARD jest niewielka w porównaniu choćby z WOJNĄ czy ROZRYWKĄ. Najczęściej występujący pryzmat, *stawiać na (kogoś-coś)* osiągnął 39 powtórzeń, co jest wynikiem przeciętnym. Dlatego też, gdy jest mowa o konwencjonalizacji punktu widzenia zakodowanego w pryzmatach wprowadzających model HAZARD, należy pamiętać, że jej stopień jest stosunkowo mały. Wewnątrz samego modelu między pryzmatem *rozdzanie*, reprezentującym osobisty punkt widzenia, a pryzmatami takimi jak *zgarnąć pulę*, *stawianie na (kogoś-coś)* czy *karta*, powtarzającymi się od 2 do 4 razy, różnica jest niewielka, a więc i stopień utrwalenia musi być podobny.

4.1.1.5. BUDOWNICTWO

Udział tego modelu metaforycznego w puli modeli w materiale radiowo-telewizyjnym był nieco większy (3,04% u komentatorów sportowych wobec 0,74% w tekstach dziennikarzy prasowych), wciąż jednak pozwalał na określenie BUDOWNICTWA jako modelu niekonwencjonalnego. Na tym poziomie nie ma więc zmiany. Nieco inaczej przedstawia się sytuacja na poziomie pryzmatów. W materiale prasowym wystąpiły wszystkie cztery możliwe konfiguracje punktów widzenia (w korpusie tekstów radiowo-telewizyjnych były to trzy konfiguracje).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(54 powtórzenia, 90%)

Poniżej podaję dziesięć przykładowych pryzmatów realizujących ten schemat wraz z frekwencją (w nawiasach):

– *budować* (21):

„Ten facet nie ma łatwego charakteru, przez co niezmiernie łatwo zdobywa kolejnych wrogów. Jest jednak nie lada specjalistą i umie **budować** zwycięskie drużyny” (2007, 141, 3);

– *budowanie* (6):

„Jeśli czegoś zabrakło, to głównie konsekwencji w **budowaniu** drużyny” (2007, 10, 6);

– *budowa* (5):

„**Budowa** reprezentacji posunęła się niewyobrażalnie daleko do przodu, a jednocześnie tak daleko jeszcze do Euro 2008” (2007, 73, 6).

Trzy powyższe pryzmaty odnoszą się do tego samego wycinka rzeczywistości (jest nim tworzenie zespołu sportowego), jednak profilują różne jego elementy, dlatego postanowiłem je rozdzielić. *Budować* ogniskuje uwagę na wykonawcy i na wszystkim, co jest z nim związane (o ile pryzmat jest użyty w stronie czynnej, bowiem w biernej uwaga zostaje przeniesiona z podmiotu na obiekt czynności), *budowanie* skupia się na samym działaniu, podczas gdy *budowa* profiluje czynność jako proces.

– *przebudować* (4):

„Zagrał jednak zaledwie w siedmiu meczach ligowych, a to leczył kontuzję, a to był w słabej formie i Fabio Capello, który właśnie **przebudował** Królewskich, nie widział go w składzie” (2007, 42, 4);

– *przebudowany* (2):

„Turczynki potwierdzają teorię o tym, że mają kompleks reprezentacji Polski. Po raz kolejny przegrywają, tym razem z **przebudowanym** i prowadzonym przez nowego trenera zespołem” (2007, 132, 16);

– *przebudowa* (4):

„Po dwóch latach spędzonych w ekstraklasie zanosi się na dalszą **przebudowę** Kolportera Korony Kielce” (2007, 108, 10).

Różnica między tymi trzema pryzmatami jest podobna jak w przypadku poprzednich trzech. Grupa ta natomiast została przeze mnie odróżniona od pierwszej trójki pryzmatów, ponieważ odnosi się do zupełnie innej czynności (budowanie i przebudowywanie to dwa różne działania, których nie można traktować jako jednego).

– *destrukcja* (3):

„Jakub Wilk był cofnięty tylko po to, by nauczyć się gry w **destrukcji**, a jego strefa gry to pomoc” (2007, 154, 6);

– *konstruować* (2):

„Ulubieniec fanów MU szalał, szybkimi zwodami mylił rywali i **konstruował** groźne akcje” (2007, 97, 3);

– *architekt* (2):

„O zdobywcach Pucharów Polski i Ekstraklasy mówi się ostatnio wyłącznie w kontekście przedsezonowych strat. **Architekt** sukcesu, Maciej Skorża, jest już w Wiśle Kraków” (2007, 137, 5);

– *dokładać cegielkę* (3):

„**Cegielkę** do pogromu Polaków **dolożył** także mający polskie korzenie Dan-ny Szetela, strzelec dwóch bramek” (2007, 154, 3).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(6 powtórzeń, 10%)

Osobisty punkt widzenia wyraża sześć pryzmatów, choć, podobnie jak w przypadku innych modeli niekonwencjonalnych, stopień utrwalenia pryzmatów wprowadzających społeczną perspektywę postrzegania jest niewielki (najczęściej pojawiający się pryzmat, *budować*, ma zaledwie 21 powtórzeń). Poniżej podaję wszystkie pryzmaty reprezentujące ten schemat:

– *zbudowany*:

„Real ma zostać odmłodzony i **zbudowany** na żądnych sławy wschodzących gwiazdach” (2007, 7, 3);

– *budowany*:

„Kibice powinni zapamiętać wczorajszą datę – 7 czerwca 2007 roku. Tego dnia **budowana** przez nowego selekcjonera kadra wygrała po raz pierwszy (3:2 z Turcją)” (2007, 132, 16);

– *konstruowany*:

„Na ich twarzach pojawiły się uśmiechy, akcje nabierały polotu, były **konstruowane** według taktyki zaplanowanej przez Bonitę” (2007, 181, 15);

– *burzyć*:

„Te dwa transfery zupełnie **zburzyły** najczęściej stosowaną przez Mourinho taktykę z jednym wysuniętym napastnikiem” (2007, 7, 2);

– *zamurowany*:

„Chinki zostały **zamurowane**” (2007, 181, 15) – tytuł artykułu o porażce Chin w siatkówce kobiet dzięki wielu skutecznym blokom reprezentantek Rosji;
– *beton*:

„Nogi z **betonu**” (2007, 62, 12) – tytuł artykułu o hokeistach, którzy przegrali mecz.

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(59 powtórzeń, 98,33%)

Pod względem opozycji kreator-obserwator jest to schemat najczęściej pojawiający się w metaforach odwołujących się do modelu metaforycznego BU-DOWNICTWO. Przykłady pryzmatów podałem już wyżej przy okazji analizy innych konfiguracji punktów widzenia.

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(1 realizacja, 1,66%)

Wyróżnienie tego schematu wymagało dłuższego zastanowienia nad jedynym przypadkiem, który go reprezentuje. Punkt widzenia obserwatora wprowadzany jest pryzmatem *beton* (cytat powyżej). Wprawdzie beton nie powstaje naturalnie, ale w przykładzie tym wyraźnie chodzi o zjawisko niezależne od woli i działań człowieka (hokeiści, którzy przegrali mecz, poruszali się po lodzie bardzo ociężale, zupełnie tak, jakby mieli nogi z betonu). Pozostawiam to jako przykład krzyżowania punktów widzenia, z zastrzeżeniem, że być może pryzmat *beton* w tym przypadku **jednocześnie** reprezentuje perspektywę podmiotu kształtującego swój świat i obserwatora.

4.1.1.6. NAUKA

Kolejny, po HAZARDZIE, model metaforyczny występujący tylko w materiale prasowym. Pod względem frekwencji równa się on z budownictwem (60 powtórzeń, 0,74% ogółu). Wszystkie pryzmaty reprezentujące ten model wprowadzają punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Występują tu więc tylko trzy konfiguracje punktów widzenia, które przytaczam po kolei poniżej.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(59 powtórzeń, 98,33%)

Ponownie schemat krzyżujących się punktów widzenia uzyskał największą frekwencję (prawie 100%). Powtarzalność reprezentujących go pryzmatów jest jednak niewielka, dlatego należy uznać, że stopień ich skonwencjonalizowania pozostaje dużo mniejszy niż w przypadku pryzmatów występujących w badanym

materiale powyżej 100 razy. Omawianą konfigurację punktów widzenia realizuje osiem pryzmatów konceptualnych:

– *test* (8):

„Polacy zdali praski **test**” (2007, 137, 14) – tytuł artykułu o udziale polskich lekkoatletów w Memoriale Josefa Odložila w Pradze;

– *sprawdzian* (12):

„Tour de Suisse oraz zakończony w niedzielę Dauphine Libere to dwa najważniejsze **sprawdziany** przed Tour de France” (2007, 143, 12);

– *egzamin* (4):

„Kto wie, czy Czesław Michniewicz byłby trenerem, gdyby nie namówił go do tego... Stefan Majewski. Dziś uczeń zmierzy się z nauczycielem i **egzaminu** oblać nie zamierza” (2007, 65, 6);

– *lekcja* (18):

„Podopieczni Dariusza Fornalaka nie dość, że dali ostrowiczanom **lekcję** futbolu, to jeszcze zrobili ogromny krok ku ekstraklasie” (2007, 123, 12);

– *eksperyment* (7):

„Środowy **eksperyment** taktyczny nieudany. Krzynówek umie grać w piłkę, ale robi to lepiej przy linii” (2007, 132, 4);

– *eksperymentalny* (3):

„Selekcjoner Raymond Domenech prawdopodobnie postawi na **eksperymentalny** atak Nicolas Anelka – Karim Benzema” (2007, 70, 5);

– *eksperymentować* (3):

„Z ostatnich jedenastu spotkań rozgrywanych na wyjeździe Barcelona wygrała tylko dwa. Pewnie dlatego trener Barcy Frank Rijkaard zaczął **eksperymentować** z taktyką” (2007, 116, 9);

– *profesor* (4):

„To po jego faulu przed polem karnym Ormianie strzelili nam gola z rzutu wolnego, ale daleki jestem od wieszania pana **profesora** Bąka” (2007, 132, 4).

Jak widać, pryzmaty w obrębie modelu metaforycznego NAUKA odwołują się do dwóch obszarów – związanego ze szkolnictwem (np. *test*, *egzamin*, *lekcja*) i z badaniami naukowymi (np. *eksperymentować*, *eksperyment*). Jest to więc kolejny model, w którym można wyróżniać pewne podsystemy (podmodele) – podobnie było w przypadku ROZRYWKI czy GOSPODARKI.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(1 realizacja, 1,66%)

Jedynym pryzmatem reprezentującym ten schemat jest *prymus*. Można go zaliczyć do grupy odwołującej się do szkolnictwa. Poniżej podaję cytat, w którym się on pojawia:

Czwórka z maleńkim plusem – tak według nas wypadła drużyna polskich siatkarek podczas pierwszego oficjalnego egzaminu sezonu 2007. Zdecydowaną **prymuską** jest libero Mariola Zenik, słabiej prezentuje się atak (2007, 183, 14).

Egzaminem, o którym wspomina autor artykułu, były siatkarskie rozgrywki World Grand Prix. Pojawienie się pryzmatu *egzamin* sprawia, że metafora zostaje rozciągnięta i ma swoją kontynuację. Wpływa to oczywiście na odczuwalną spójność wypowiedzi nadawcy.

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(60 powtórzeń, 100%)

Jest to ostatnia konfiguracja perspektyw w modelu NAUKA. Wymieniam ją jedynie dla porządku, ponieważ pryzmaty wprowadzające punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat zostały już przytoczone powyżej.

4.1.1.7. RELIGIA

Model RELIGIA osiągnął frekwencję jedynie nieznacznie mniejszą niż NAUKA (55 powtórzeń, 0,68% ogółu). Występują w nim wszystkie konfiguracje punktów widzenia (podobnie było w materiale radiowo-telewizyjnym):

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(52 powtórzenia, 94,5%)

Ponownie dominacja tego schematu jest bardzo wyraźna. Pryzmaty reprezentujące model RELIGIA nie cechują się jednakże zbyt dużą powtarzalnością, zatem stopień ich utrwalenia należy uznać za niewielki. Poniżej podaję dziewięć przykładów (tyle różnych pryzmatów konwencjonalnych pojawiło się w korpusie tekstów prasowych):

– *świętować*¹² (23):

„W maju 2006 legioniści na obiekcie przy Roosvelta **świętowali** mistrzostwo Polski” (2007, 181, 5);

– *święto* (7):

„Te z podstawowego składu będą mogły odpocząć, bo w środę w Krakowie szykuje się koszykarskie **święto** – mecz z UMMC Jekaterynburg, którego gwiazdą jest Agnieszka Bibrzycka” (2007, 262, 11);

– *świętynia* (2):

„Krakowianka przed rokiem dotarła w »**świętyni** tenisa« aż do 1/8 finału i teraz chciałaby przynajmniej powtórzyć ten rezultat” (2007, 141, 12);

¹² Umieszczenie tego pryzmatu w grupie RELIGIA może wzbudzać wątpliwości. Być może jego miejsce jest w kategorii VARIA.

– *odpokutować* (2):

„Roma wyszła na Stadio Olimpico z wielką chęcią **odpokutowania** win z Manchesteru, gdzie przegrała 1:7 z tamtejszymi United w ćwierćfinale Ligi Mistrzów” (2007, 108, 11);

– *cud* (6):

„**Cudu** nie było” (2007, 111, 18) – tytuł artykułu o potencjalnym awansie piłkarskiej drużyny Feyenoordu Rotterdam do Pucharu UEFA (ostatecznie odpadli w pierwszej fazie rozgrywek *play-off* z zespołem Groningen);

– *zbawić* (3):

„Uderzenie Christiana Panucciego w doliczonym czasie meczu na Hampden Park dało awans na Euro 2008 mistrzom, a także wicemistrzom świata. Powrót 34-letniego obrońcy Romy **zbawił** więc Roberto Donadoniego i Raymonda Domenecha” (2007, 270, 18);

– *piekło* (2):

„Azerbejdżan – Polska 1:3. Przeciw nam były: fatalne boisko, upał i szybko stracony gol. Ale z **piekła** Baku wyrwali nas Ebi, Krzynówek i »Sagan«” (2007, 129, 1);

– *objawienie* (5):

„Meksykański napastnik to prawdziwe **objawienie** tegorocznego turnieju. W dotychczasowych meczach strzelił cztery gole i już zgłosiła się po niego Valencia” (2007, 160, 11);

– *bóg* (2):

„Grymas i uśmiech siatkarskiego **boga**” (2007, 95, 19) – tytuł artykułu.

W materiale radiowo-telewizyjnym pryzmat ten miał inny przedmiot odniesienia – bogami zostali nazwani piłkarze reprezentacji Francji. Tym razem „siatkarskim bogiem” nie jest sportowiec ani w ogóle człowiek. Nadawca odwołuje się do wymyślnego bóstwa, raczej będącego czymś w rodzaju *fatum* („grymas” i „uśmiech” mają oznaczać początkowe kłopoty siatkarzy jednej z drużyn i ich ostateczne, dość szczęśliwie odniesione, zwycięstwo).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(3 powtórzenia, 5,5%)

Schemat nieskrzyżowanych punktów widzenia pod względem stopnia skonwencjonalizowania reprezentują trzy pryzmaty, wyraźnie odczuwalne jako metafory (co świadczy o ich oryginalności, ponieważ, jak już wspominałem wyżej, utrwalenie przenośni wiąże się z zanikiem jej rozpoznawalności wśród użytkowników języka). Oto wszystkie reprezentacje omawianej konfiguracji:

– *wskrzесиć*:

„Austriacki trener, który jeszcze przed rokiem pracował z polską kadrą B, **wskrzесиł** Martina Schmitta” (2007, 4, 11);

– *zaświaty*:

„To, czego dokonali wczoraj Amerykanie z BMW Oracle, budzi ogromny podziw. Już pierwszego dnia udowodnili, że są niezwykle szybcy na kursach z wiatrem. Wczoraj jednak wrócili z żeglarskich **zaświatów**, odrabiając minutową stratę, jaką mieli na pierwszej boi” (2007, 113, 13);

– *zbawiciel*:

„Oczywiście, jeśli Leo poprowadzi do zwycięstw i Feyenoord i Polaków, stanie się mężem opatrznosciowym. **Zbawicielem**, za którym będą zabijać się kluby i reprezentacje” (2007, 106, 4).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(41 powtórzeń, 74,5%)

Wprawdzie w tabeli modeli metaforycznych (w obu wykorzystywanych przeze mnie korpusach tekstów) RELIGIA opatrzona jest kwalifikatorem „kreator/obserwator”, jednak dominacja punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat może wskazywać, że jest to perspektywa o większym znaczeniu dla tego modelu. Należą do tego schematu wszystkie pryzmaty reprezentujące model RELIGIA z wyjątkiem czterech, które wymieniam poniżej w związku z omówieniem ostatniej konfiguracji punktów widzenia.

Kreator na poziomie modelu – obserwator na poziomie pryzmatu

(14 powtórzeń, 25,5%)

Do schematu tego można zaliczyć następujące pryzmaty: *cud*, *objawienie*, *piekło* i *zaświaty*. W każdym z tych przypadków przedmiotami odniesienia są zjawiska lub „miejsca” (trudno traktować *zaświaty* czy *piekło* jako rzeczywiste miejsca) zachodzące lub istniejące niezależnie od działań człowieka, stąd też zakwalifikowanie ich do grupy pryzmatów reprezentujących punkt widzenia obserwatora.

4.1.1.8. MECHANIKA

Model ten jest reprezentowany przez siedem pryzmatów konceptualnych powtarzających się łącznie 23 razy (0,28% ogółu). Jego udział w całej puli jest więc już naprawdę mały. Wciąż jednak pod względem stopnia skonwencjonalizowania występują w nim dwie konfiguracje punktów widzenia. W przypadku opozycji kreator-obserwator nie odnalazłem żadnego przykładu krzyżowania perspektyw.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(21 powtórzeń, 91,3%)

Ponieważ pryzmatów reprezentujących ten schemat jest zaledwie pięć, poniżej podaję je wszystkie wraz z cytatami (w nawiasach, jak zawsze, liczba powtórzeń):

– *rozmontować* (2):

„Przy pierwszej bramce błyskawicznie dopadł bardzo głęboko wrzuconą piłkę i natychmiast odegrał ją do Marka Penksy. Przy drugiej – **rozmontował** defensywę rywali rajdem po skrzydle, a z kilku rozwiązań wybrał najlepsze” (2007, 52, 8);

– *mechanizm* (4):

„Tochel, który miał problem indolencji w Podbeskidziu, uważa jednak, że zmienianie **mechanizmu**, który dobrze działał, nie zawsze ma sens” (2007, 90, 9);

– *inżynier* (2):

„Gdy z dobrze funkcjonującego mechanizmu wypadły dwa ważne ogniwa, pozostałe zaczęły pracować gorzej. A główny **inżynier** nie potrafił przeciwdziałać korozji” (2007, 214, 14);

– *maszyna* (6):

„Niemiecka **maszyna** otrząsnęła się po kilku minutach, więc I połowa meczu przypominała wymianę ciosów” (2007, 82, 8);

– *ogniwo* (7):

„Niestety, w potyczce z Francją maszyna znowu się zacięła, a brakujących **ogniwi** było zbyt wiele. Polski zespół znów zagrał słabo, znowu popełniał błędy” (2007, 204, 18).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(2 powtórzenia, 8,7%)

Osobisty punkt widzenia w ramach modelu metaforycznego MECHANIKA wprowadzają dwa pryzmaty konceptualne:

– *rozmontowanie*:

„Spec od **rozmontowania** obrony” (2007, 289, 8) – tytuł artykułu, odnosi się do piłkarza;

– *zazębiać się*:

„W dobrze funkcjonującym mechanizmie, wszystkie elementy **się zazębiają**, można więc przykryć wady i niedociągnięcia poszczególnych graczy” (2007, 214, 14).

Kreator na poziomie modelu – kreator na poziomie pryzmatu

(23 powtórzenia, 100%)

Zgodnie z oczekiwaniami model metaforyczny MECHANIKA nie wykazuje przypadków krzyżowania punktów widzenia kreatora i obserwatora. Jak zaznaczałem już przy analizie materiału radiowo-telewizyjnego, jest to dziedzina nierozłącznie związana z ludzkim działaniem, dlatego też metafory przywołujące ten model przedstawiają sport właśnie jako pole aktywności człowieka (nacisk perspektywy zakodowanej na poziomie modelu uniemożliwia inne rozwiązania).

4.1.1.9. MOTORYZACJA

To jeden z modeli o najmniejszej frekwencji (13 powtórzeń, 0,16% ogółu) w korpusie tekstów prasowych. W porównaniu z metaforą komentatorów sportowych udział tego modelu w całej puli jest mniejszy (w materiale radiowo-telewizyjnym osiągnął frekwencję 2,43%, wyższą niż chociażby GOSPODARKA, RELIGIA czy MECHANIKA). Tym bardziej więc można go uznać za niekonwencjonalny. Wprowadzany jest przez pięć pryzmatów, reprezentujących trzy konfiguracje punktów widzenia (jak można było oczekiwać, perspektywa obserwatora jest obca temu modelowi jako odwołującemu się do dziedziny uzależnionej od działań ludzkich).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(11 powtórzeń, 84,6%)

Poniżej podaję trzy pryzmaty zaliczone do tego schematu. Ich stopień utrwalenia jest naprawdę niewielki, jednak powtarzają się po kilka razy, dlatego trudno byłoby mówić w ich przypadku o oryginalności nadawców.

– *obroty* (5):

„We wszystkich meczach play off jego podopieczni grali na wysokich **obrotach** przez dwie tercje” (2007, 51, 16);

– *być w gacie* (4):

„Lazio **jest** w tej chwili w szaleńczym **gacie** – nie przegrało kolejnych 11 spotkań, a w sześciu ostatnich wywalczyło komplet punktów” (2007, 67, 8);

Metafora w powyższym przykładzie została urozmaicona dodaniem do pryzmatu określenia „szaleńczy”. Takie **naruszanie integralności struktury** pryzmatów konceptualnych może być kolejnym ze sposobów przełamywania schematyczności, poszukiwania oryginalności przez dziennikarzy (konwencjonalny pryzmat staje się wówczas „świeższy”).

– *bieg* (2):

„Wydawało się jednak, że to tylko rozgrzewka, że za chwilę wrzuci drugi, trzeci, czwarty **bieg** i zacznie trafiać Dawsona” (2007, 30, 14).

W tym przypadku mamy do czynienia z rozszerzoną metaforą – nadawca nie tylko określił pożądane przez kibiców boksera przyspieszenie zadawania ciosów mianem „wrzucenia biegu” (co wzmacnia zakodowany w samym pryzmacie punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat), ale także sprecyzował, „który” bieg po kolei będzie „wrzucany” (zupełnie tak, jakby walka bokserska była naprawdę jazdą samochodem). **Styczność** rozszerzenia przenośni **ze standardowym scenariuszem** prowadzenia samochodu zwiększa nie tylko jej spójność, lecz również poczucie realności słów autora tekstu).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(2 powtórzenia, 15,4%)

Osobisty punkt widzenia w modelu metaforycznym MOTORYZACJA wprowadzają dwa pryzmaty, więc mimo różnicy w liczbie powtórzeń obu konfiguracji można uznać, że przewaga schematu skrzyżowanych punktów widzenia (pod względem stopnia skonwencjonalizowania) jest nieznaczna. Oto oba przykłady pryzmatów reprezentujących omawianą konfigurację:

– *na ssaniu*:

„Może i dobrze, że Żuraw i Matusiak po sobotnim meczu pozostają niezaspokojeni, bo nadal są głodni i **na ssaniu**. Jestem przekonany, że nie spoczną, dopóki nie znajdą drogi do bramki” (2007, 73, 6);

– *motor napędowy*:

„Bo dziś o obliczu zespołu w znacznej mierze decydują piłkarze, których Tarasiewicz ściągnął do Wrocławia. Przemysław Łudziński, Patryk Kłofik, czy Wojciech Górski to **motory napędowe**” (2007, 242, 9).

Powyższy pryzmat można uznać za jeden z dwóch wariantów tej samej metafory. Druga wersja wystąpiła w materiale radiowo-telewizyjnym, a był nią pryzmat *sila napędowa*¹³. Wynika z tego, że mogą one być używane zamiennie, co pozwala samej przerośni unikać konwencjonalizacji.

4.1.1.10. ŻEGLUGA

Jest to ostatni z wyróżnionych przeze mnie modeli metaforycznych (jednocześnie trzeci, po HAZARDZIE i NAUCE, ograniczający się tylko do materiału prasowego). Pojawia się zaledwie dziesięć razy (0,12% ogółu), dlatego można mówić w jego przypadku o największej oryginalności (z wyjątkiem grupy VARIA). Reprezentuje go siedem pryzmatów konceptualnych. Wszystkie wprowadzają punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Pod względem stopnia skonwencjonalizowania można wyróżnić dwie konfiguracje perspektyw.

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat niekonwencjonalny

(6 powtórzeń, 60%)

W przypadku modelu ŻEGLUGA mamy do czynienia z odejściem od zaobserwowanej dotąd tendencji – w materiale prasowym modele niekonwencjonalne charakteryzowała przewaga schematu skrzyżowanego (dominowały więc pryzmaty konwencjonalne). Tym razem więcej jest pryzmatów nieutralizowanych (sześć wobec jednego skonwencjonalizowanego), wprowadzających osobisty punkt widzenia. Poniżej podaję je wszystkie wraz z przykładami użycia w tekście:

¹³ Por. przykład z rozdziału 3: „Oni mają być **siłą napędową** polskiej drużyny” (Andrzej Janisz, EMŚ w piłce nożnej, PR1 Polskiego Radia, 04.09.2004).

– wyrzucić za burtę:

„Niedawno »Doktor« udzielił już mu bolesnej lekcji. W Pucharze Polski **wyrzucił** jego Zagłębie **za burtę**” (2007, 65, 6);

– stery:

„Giza, rozgrywający średniaka polskiej ekstraklasy, dostał powołanie na mundial. Niemiecka przygoda miała go przygotować do objęcia reprezentacyjnych **sterów** po Mirosławie Szymkowiaku” (2007, 88, 4);

– deska ratunkowa:

„Kadra dla wielu piłkarzy będzie **deską ratunkową**. Lepiej, żeby byli w dobrej formie i nie grzali ławy. Ale jest jak jest. Jeśli dzięki Beenhakkerowi i reprezentacji po raz kolejny udowodnią swą wartość i uwierzą w siebie, to będą mieli dług wdzięczności” (2007, 67, 5);

– kotwiczyć:

„Do Belchatowa trafił z honduraskiego CD Platense. Wprawdzie zainteresowanie nim wykazywały kluby włoskiej Serie B, ale ostatecznie, dzięki rekomendacji Gianluigi di Carlo [...], **zakotwiczył** w klubie lidera Orange Ekstraklasy” (2007, 54, 8);

– wypłynąć na szerokie wody:

„Od tamtej pory musiał jednak przejść prawdziwą szkołę życia, zanim **wypłynął na szerokie wody**” (2007, 51, 7);

– okręt:

„On od dłuższego czasu zgłaszał kontuzję i konieczność zmiany, więc jeśli ktoś tu zrobił błąd, to raczej sternik tego całego **okrętu**” (2007, 132, 4).

Model metaforyczny niekonwencjonalny – pryzmat konwencjonalny

(4 powtórzenia, 40%)

Jedyny pryzmat, reprezentujący omawiany schemat, to *sternik*. Pojawia się tylko cztery razy, lecz z pewnością nie jest wyrazem twórczego nastawienia nadawcy. Może tworzyć spójną metaforę wraz z pryzmatem *stery* (widać to w cytacie powyżej) lub występować indywidualnie, np.:

Nowy **sternik** zabran nie był miłośnikiem Podedwornego i bardzo szybko zastąpił go Motyką (2007, 62, 6) – chodzi o prezesa Górnika Zabrze, Ryszarda Szustera.

Pryzmat *sternik* ma różne przedmioty odniesienia, jednak zawsze jest to osoba mająca uprawnienia do podejmowania decyzji, kierująca klubem (może to być trener, jak w pierwszym cytacie, lub prezes, jak w drugim przypadku).

4.1.1.11. VARIA

Podobnie jak w przypadku analizy materiału radiowo-telewizyjnego, grupę pryzmatów nieprzywołujących konkretnych modeli metaforycznych zostawiłem na koniec. Na grupę VARIA składa się 109 pryzmatów powtarzających się łącznie

469 razy (5,8% ogółu). Ponieważ nie mamy do czynienia z konkretnymi modelami, nie można mówić o konfiguracjach punktów widzenia (na pewno dotyczy to opozycji kreator-obszernator, jeśli zaś chodzi o stopień skonwencjonalizowania, da się wskazać, czy w przypadku konkretnego pryzmatu występuje krzyżowanie perspektyw, czy nie – wystarczy uzmysłowić sobie, że nawet gdyby udało się wskazać model metaforyczny, musiałby on być niekonwencjonalny, a zatem można przyjąć, że w grupie VARIA pryzmaty są nośnikami osobistego punktu widzenia na poziomie modeli). Poniżej podaję kolejno przykłady pryzmatów reprezentujących omawianą kategorię z podziałem na cztery typy punktów widzenia (w nawiasach liczba pryzmatów, nie licząc powtórzeń, oraz ich procentowy udział w VARIACH).

Pryzmaty wprowadzające osobisty punkt widzenia

(68 pryzmatów, 62,4%)

W analizowanej grupie jest ich najwięcej, choć pryzmaty konwencjonalne powtarzają się łącznie 401 razy. Ponieważ w tym przypadku nie liczę powtórzeń, można uznać, że osobisty punkt widzenia zyskuje przewagę w VARIACH. Nie powinno to jednak dziwić, skoro znalazły się tutaj wszystkie pryzmaty bez konkretnego przyporządkowania. Są wśród nich takie, które wprowadzają bardzo oryginalne metafory, ale także nieco mniej zadziwiające. Poniżej podaję dziesięć przykładowych pryzmatów reprezentujących osobisty punkt widzenia:

– *dziurawić*:

„Bohaterem Górnika był Tomasz Zabłocki, który raz za razem »**dziurawił**« kosz Anwilu »trójkami«” (2007, 244, 14);

– *uczta*:

„Tur i Znicz to beniaminkowie. Tymczasem na dzisiejszy mecz wyjdą... pierwsza i trzecia drużyna w tabeli. Mamy zatem spotkanie na szczycie. Zapowiada się piłkarska **uczta**” (2007, 204, 7);

– *wyrok*:

„Rozpoczął z wielką werwą, a potem było już tylko lepiej. Asysta przy pierwszej bramce – »palce lizać«. Drugi gol – **wyrok** z zimną krwią (2007, 82, 2).

W powyższym cytacie pryzmat konceptualny *wyrok* zyskuje dodatkową wymowę dzięki dodaniu określenia „z zimną krwią” – powoduje ono poczucie większej oryginalności, jednocześnie **rozciągając** metaforę (dzięki rozszerzającej obraz specyfikacji). Taki zabieg sprawia, że przenośnia zyskuje walor realizmu, nadawca w pewnym sensie **potwierdza jej stosowność** (o takich i podobnych zjawiskach więcej piszę w rozdziale 5);

– *koronacja*:

„Wicelider gubi punkty. **Koronacja** Interu Mediolan coraz bliżej” (2007, 78, 19);

– *dokręcić koło roweru*:

„Gdy w 80. minucie na boisku piłkarskim robi się 3:0 dla rywala, twoje szanse na sukces topnieją do minimum. Za to na korcie, gdy **dokręciłeś** pierwsze **koło »roweru«**, musisz... niezwłocznie wzmóc czujność” (2007, 103, 11).

Jest to przykład metafory, która wymaga wyjaśnienia (jej oryginalność powoduje, że trudno jest odbiorcy zinterpretować wypowiedź nadawcy). „Rower” to zwycięstwo tenisistki (mężczyźni zazwyczaj grają do trzech wygranych setów) w dwóch setach 6:0, 6:0. „Dokręcenie pierwszego koła” to zwycięstwo w pierwszym secie 6:0 (przenośnia czerpie więc z podobieństwa cyfry 0 do koła);

– *wiązać nogi w supelki*:

„Ivanović [...] długonogiej Rosjance zaskakującymi uderzeniami **wiązała nogi »w supelki«**” (2007, 132, 15).

W tym przypadku odbiorcy łatwiej jest zrozumieć metaforę, ponieważ poprzedza ją wskazanie sposobu, w jaki następowało owo „wiązanie nóg” – zaskakujące uderzenia sprawiały, że rosyjska tenisistka musiała nieustannie zmieniać kierunek biegu (w pogoni za piłką), przez co czasami płały się jej nogi.

Oba przytoczone powyżej przykłady zostały opatrzone przez nadawców cudzysłowem, co wskazywałoby na poczucie **obcości** wypowiedzianych przez nich słów (jakby próbowali **odżegnywać się od metafor**). Podobne przypadki rozpatruję szerzej w następnym rozdziale;

– *demolka*:

„Co prawda w sobotnim spotkaniu z Blackburn na Old Trafford przez ponad godzinę prowadzili goście, ale w ostatnich 30 minutach zostali oni zmieceni z murawy. **Demolkę** rozpoczął najlepszy piłkarz na boisku Paul Scholes” (2007, 78, 18);

– *gwiazdozbiór*:

„Nikogo jednak nie trzeba przekonywać, że holenderski trener Barcelony dysponuje **»gwiazdozbiorem«**” (2007, 57, 2);

– *antidotum*:

„Trener Groclinu znalazł też **antidotum** na zagrożenie, jakie Cracovia stwarzała po stałych fragmentach gry” (2007, 97, 6);

– *imperium*:

„Gdy do zdrowotnych kłopotów doszły problemy menedżera z porozumieniem się z właścicielem klubu Romanem Abramowiczem wydawało się, że z planów budowania przez Mourinho futbolowego **imperium** wyjdą nici” (2007, 86, 5).

Pryzmaty wprowadzające konwencjonalny punkt widzenia

(41 pryzmatów, 37,6%)

Jak wyżej zaznaczyłem, osobista perspektywa dominuje wśród pryzmatów z grupy VARIA. Można w niej jednak znaleźć także konwencjonalne pryzmaty o całkiem dużej powtarzalności. Gdyby uznać, że na poziomie modeli mamy do czynienia z osobistym punktem widzenia, to metafory te byłyby przykładami

mi krzyżowania perspektyw. Oto dziesięć wybranych pryzmatów z tej kategorii (w nawiasach liczba powtórzeń):

– *gwiazda* (164):

„Gdy Grzegorz Szamotulski pojawił się w szkockiej lidze, Artur Boruc [...] był już jej wielką **gwiazdą**” (2007, 259, 3).

Jest to najczęściej powtarzający się pryzmat z tej grupy. Przewyższa pod tym względem większość pryzmatów reprezentujących model ROZRYWKA i dorównuje niektórym z modelu WOJNA. Pojawia się także częściej niż całe modele metaforyczne (wszystkie z wyjątkiem dwóch wspomnianych). *Gwiazda* stanowi jednak przykład **podwójnej metafory**, ponieważ powstaje ona na podstawie analogii między sportowcem a gwiazdą show-biznesu (ich wspólnym mianownikiem jest popularność). Nazwanie zaś aktora czy piosenkarza „gwiazdą” także jest przenośnią, a zatem mamy do czynienia z czymś w rodzaju metafory zawartej w metaforze. Jak więc widać, pryzmaty konceptualne mogą być podwójnie metaforyczne;

– *roszada* (12):

„Trener gości Adam Nawalka o **roszadach** w składzie myślał już od dawna” (2007, 78, 9);

– *korona* (15):

„Napastnik Chelsea Didier Drogha przyznał, że oddałby **koronę** króla strzelców za kolejne mistrzostwo kraju” (2007, 54, 17);

– *czarny koń* (3):

„Rewelacja rozgrywek – Focus Park Kiper, może dzisiaj wrócić na pozycję lidera ekstraklasy. Zespół z Piotrkowa musi jednak pokonać we własnej hali innego »**czarnego konia**« ligi – Azoty Puławy” (2007, 242, 13);

– *filar* (10):

„Bez swoich **filarów** Valencia przegrała 0:1, co może ją drogo kosztować w kontekście walki o mistrzostwo kraju, lecz Flores przyjął ten wynik ze stoickim spokojem” (2007, 84, 3);

– *recepta* (6):

„Praca, praca i jeszcze raz praca. Taką **receptę** na sukces wypisał siatkarzom Jastrzębskiego Węgla Tomaso Totolo, pierwszy włoski trener w PLS” (2007, 61, 15);

– *garnitur* (5):

„Z tego też względu w Gdańsku z liczących się nacji zabraknie Rosjanek, Niemek i Francuzek, a Węgierki przysyłają drugi »**garnitur**«” (2007, 52, 19);

– *blyszcząć* (22):

„Znowu **blyszczą** Kuzmanović, a napastnik PSV Eindhoven strzałem z woleja ustalił wynik meczu” (2007, 244, 6);

– *król/królowa* (36):

„Dla mnie Włochy nie zdobyły mistrzostwa świata uczciwie. Zatem mistrzami nie są. Choćby się oblewały tysiącami szampanów. A Zidane jest **królem** futbolu i najpopularniejszym Francuzem” (2007, 194, 6);

– *żelazny* (5):

„Bayerowi, który zagra bez strzelca bramki w pierwszym meczu [...], wystarczy skromne 1:0 z Lens, ale wicelider Ligue 1 słynie przecież z **żelaznej** defensywy” (2007, 62, 8).

Pryzmaty wprowadzające punkt widzenia kreatora

(65 pryzmatów, 59,6%)

Po raz kolejny perspektywa podmiotu kształtującego swój świat okazała się dominująca, co wiąże się z wcześniejszymi wnioskami dotyczącymi sportu jako dziedziny aktywności ludzkiej. Poniżej podaję pięć przykładowych pryzmatów należących do tej grupy (pomijam te, które zostały już przytoczone powyżej):

– *rzemieślnik* (2):

„Właśnie dlatego można było zbudować fajną drużynę z solidnych **rzemieślników**, lecz na pewno nie wirtuozów” (2007, 106, 2);

– *wycieczka* (1):

„Już na początku kilku kierowców zaliczyło krótką **wycieczkę** poza tor, a Heidfeld wypadając na trawę niemal zderzył się z Jarno Trullim, który nie opanował swojej Toyoty” (2007, 65, 14);

– *heros* (1):

„**Heros** ze Szkocji” (2007, 95, 1) – tytuł artykułu o bramkarzu Celtiku Glasgow i reprezentacji Polski, Arturze Borucu;

– *sito* (1):

„Nie minęło pół roku, a pocziwy Leo dochodzi do wniosku, że chętnie poprowadziłby biało-czerwonych również podczas mistrzostw Europy w 2012. Turnieju wyjątkowego, bo rozgrywanego na polskich boiskach i takiego, do którego nie będziemy musieli przebijać się przez **sito** eliminacji” (2007, 113, 2);

– *ściana* (1):

„Bełchatowianie bezradni byli wobec jastrzębskiej **ściany** z rąk zwłaszcza w trzecim secie, w którym królem środka siatki był Kadziewicz” (2007, 111, 22).

Pryzmaty wprowadzające punkt widzenia obserwatora

(34 pryzmaty, 31,2%)

Poniżej podaję pięć przykładowych pryzmatów z tej grupy wraz z frekwencją (w nawiasach):

– *fala* (2):

„Już w tej fazie mistrzostw wyraźnie widać, że w wielu krajach pojawiła się nowa **fala** talentów” (2007, 201, 2);

– *nawałnica* (2):

„Tymczasem **nawałnica** Widzewa od początku meczu wytrąciła gospodarzom wszystkie atuty, a przyszły bohater oddał na bramkę Bartosza Fabiniaka dwa strzały głową” (2007, 108, 4);

– *rok świetlny* (1):

„Żeby bezstronni kibice dobrej piłki nie psioczyli po ostatnim gwizdku sezonu, trzeba teraz zakończyć rozgrywki z przytupem, pokazując innym, że od najlepszych dzielą ich **lata świetlne**” (2007, 101, 4);

– *jaskinia lwa* (1):

„Można było odnieść wrażenie, że goście pamiętali, iż przed rokiem w tej samej fazie Pucharu Polski przegrali w dwumeczu z »Nafciarzami« [...], więc tym razem chcieli ponieść jak najmniejszą stratę w **jaskini lwa**, aby przed własną publicznością w miarę spokojnie zapewnić sobie awans” (2007, 86, 13);

– *kręgosłup* (3):

„**Kręgosłup** drużyny pozostanie bez zmian, gdyż lada dzień kontrakty przedłużą Steven Gerrard i Jamie Carragher” (2007, 118, 10).

W grupie VARIA pozostaje także 10 pryzmatów konceptualnych (9,2%), co do których miałem pewne wątpliwości, jaki punkt widzenia wprowadzają (pod względem opozycji kreator-obszernator). Być może zakodowane są w nich obie wspomniane perspektywy, uruchamiane w zależności od kontekstu (lub nawet jednocześnie aktualne bez względu na kontekst, w jakim dana metafora się pojawia). Należą do tej grupy następujące pryzmaty (w nawiasach podaję liczbę powtórzeń):

– *frunąć* (3):

„Szwed Stefan Holm **pofrunął** na 2,38, a tyle samo skoczył jego rodak Linus Thornblad, wychowanek polskiego trenera Stanisława Szczyrby” (2007, 52, 16);

– *latać* (8):

„Zawodnicy **latali** podobnie, 94–96,5 metra dawało szanse na złoto” (2007, 54, 2);

– *lot* (2):

„W tym sezonie widziałem na żywo, spod skoczni, wszystkie konkursowe **loty** Adama Małysza” (2007, 289, 12).

Powyższe trzy pryzmaty mogą odnosić się (w swej ekstensji niemetaforycznej) zarówno do aktywności ludzkiej, jak i zwierzęcej (latają, a zwłaszcza fruwa-
ją, przede wszystkim zwierzęta, np. ptaki lub owady), stąd też trudno ocenić, jaki punkt widzenia wprowadzają. Być może są to przypadki jednoczesnego reprezentowania perspektywy podmiotu kształtującego swój świat i obserwatora.

– *diamant* (3):

„Ten **diamant** był szlifowany przez wiele lat. Początkowo przez ojca, który zaszczerpił w kilkuletnim synu bakcył żeglarstwa – zarówno tego na wodzie, jak i na lodzie” (2007, 106, 11);

– *posypać się* (2):

„**Posypała się** obrona” (2007, 211, 3) – tytuł artykułu dotyczącego osłabienia drużyny piłkarskiej przed ważnym meczem (dwaj podstawowi obrońcy zostali wykluczeni z gry z powodu nadmiernej liczby żółtych kartek);

– *skruszyć* (1):

„**Skruszyła** już największe światowe gwiazdy: Venus Williams, Jelenę Dementiewą czy Martinę Hingis: (2007, 101, 24).

Czasownik „skrusić” nie musi odnosić się do czynności wykonywanej przez człowieka, dlatego też nie zaliczyłem tego pryzmatu do grupy reprezentującej punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat. Perspektywa ta jednak może być w nim obecna i uaktywniana w zależności od kontekstu – w powyższym cytacie z pewnością dochodzi do głosu, gdyż pryzmat przybrał formę trzeciej osoby, co sprawia, że profiluje wykonawcę czynności (w tym przypadku tenisistkę), skupiając na nim uwagę odbiorcy.

– *uczta* (1):

„Tur i Znicz to beniaminkowie. Tymczasem na dzisiejszy mecz wyjdą... pierwsza i trzecia drużyna w tabeli. Mamy zatem spotkanie na szczycie. Zapowiada się piłkarska **uczta**” (2007, 204, 7).

Problem z tym pryzmatem polegał na trudności w określeniu, czy odnosi się on wyraźnie do cech meczu piłkarskiego, czy też nie (gdyby tak było, można by uznać, że do pewnego przynajmniej stopnia *uczta* reprezentuje punkt widzenia obserwatora). Umieszczenie go w tym miejscu wynikało z ostrożności.

– *dziurawić* (1):

„Bohaterem Górnika był Tomasz Zabłocki, który raz za razem »**dziurawił**« kosz Anwilu »trójkami«” (2007, 244, 14).

Przytaczany już wyżej pryzmat *dziurawić* przedstawia ten sam problem co *skrusić* – przywołuje bowiem czynność, którą może wykonywać nie tylko człowiek (w ogóle nie musi to być istota żywa).

– *wyszarpać* (1):

„Kolporter z wielkim trudem **wyszarpał** Arce trzy punkty” (2007, 54, 12);

– *oczko* (31):

„Trzecia od końca w tabeli Odra przyjechała do Łodzi z pięciopunktową przewagą nad przedostatnim ŁKS. Wyjechała z ośmioma **oczkami** w zapasie” (2007, 281, 3).

Proweniencja metafor określających „oczkami” punkty zdobywane w różnych sportach (zwłaszcza w koszykówce) jest niejasna, dlatego też umieściłem tenże pryzmat w tym miejscu. Wydaje się mało prawdopodobne, by domeną źródłową w tym przypadku było ludzkie ciało. W wielu sportach wyniki wyświetlane są na elektronicznych tablicach, na których cyfry składają się z odpowiednio podświetlanych pól, najczęściej okrągłych. Być może właśnie stąd wzięło się określenie „oczko” (ponieważ takie tablice wykonywane są przez ludzi, wskazywałoby to na punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat), jednak jest to tylko moje przypuszczenie.

4.2. Wnioski z analizy

Analiza materiału prasowego potwierdziła wiele wniosków wynikających z badania metaforyki komentatorów radiowych i telewizyjnych. Przede wszystkim dotyczy to poziomu modeli metaforycznych. Wprawdzie w prasie pojawiły

się modele nieobecne w radiu i telewizji, jednak ze względu na różnice w ilości materiału nie jest to zaskoczeniem. Najważniejsze wydaje się jednak potwierdzenie dominacji modelu WOJNA, który w obu przypadkach okazał się podstawowym sposobem obrazowania wykorzystywanym w metaforach.

Ze zgodnością spostrzeżeń w obu korpusach tekstów mamy do czynienia także na poziomie pryzmatów konceptualnych. Obok zjawisk wskazywanych powyżej, jak krzyżowanie punktów widzenia czy silny wpływ perspektywy zakodowanej w modelu metaforycznym na perspektywę na poziomie pryzmatu (pod względem opozycji kreator-obszernator), potwierdzenia doczekało się również kilka innych.

Rozszerzanie metafor, opisywane w rozdziale trzecim na przykładzie pryzmatu *twardy orzech do zgryzienia*, można uznać za zjawisko dość powszechne. Zobrazuję je na kilku przykładach:

– *bieg*:

„Podczas mistrzostw świata w Japonii Polacy z chirurgiczną precyzją ogrywali słabsze zespoły. Dawali się wyszumieć Chińczykom, Egipcjanom czy Kanadyjczykom, a w końcówkach setów *włączali czwarty bieg* (piątego nawet nie musieli) i *odjeżdżali*” (2007, 214, 14);

– *danie*:

„To było jak wykwinne **danie**, które kucharz zapomniał niestety odpowiednio *przyprawić*. W meczu Kolportera z Wisłą było wszystko z wyjątkiem goli, choć okazji jedni i drudzy wypracowali bez liku” (2007, 78, 9);

– *być na krawędzi*:

„Prokom **był na krawędzi**, jednak *nie spadł w przepaść*. W ostatniej akcji Dragisza Drobniaak został sfaulowany pod własnym koszem, jednak nie trafił osobistych. Na Wybrzeżu odetchnięto z ulgą” (2007, 116, 15);

– *sprawdzian*:

„Ostatnią deską ratunku dla Australijczyka miał być **sprawdzian** na boku obrony, ale on *oblał* i ten *egzamin*” (2007, 171, 5).

W powyższych cytatach kursywą wyróżniłem elementy powodujące rozciągnięcie metafory. Każdy z nich jest potwierdzeniem przenośni, nadając wypowiedzi spójność i rozszerzając obraz przekazywany przez nadawcę.

W ostatnim przykładzie mamy do czynienia z rozszerzeniem metafory poprzez dodanie kolejnego pryzmatu reprezentującego dany model (w tym przypadku jest to NAUKA). **Nagromadzenia pryzmatów** to kolejne zjawisko, dostrzeżone przeze mnie w materiale radiowo-telewizyjnym i potwierdzone w trakcie analizy korpusu tekstów prasowych. Gdy w jednej wypowiedzi pojawia się kilka pryzmatów reprezentujących ten sam model, z całą pewnością nie można mówić o niespójności wypowiedzi:

- 1) Prawdziwa **eksplozja** talentu nastąpiła po zimowym okresie przygotowawczym, kiedy
- 2) to Lewandowski w 12 spotkaniach **zdobył** 12 bramek (2007, 265, 8).

2) CSKA nie miało już szansy na **awans** do kolejnej rundy, ale **walczyło** o przepustki do Pucharu UEFA (2007, 278, 9).

3) Teraz Adam znów ma wszystkie najmocniejsze **karty**. Jeśli wygra **rodzanie** w Lillehammer, **zgarnie** całą **pulę** (2007, 62, 10).

4) Małysz stał się **głównym bohaterem** naszej ukochanej zimowej **telenoweli**. Zaufaliśmy jego spolegliwej twarzy, „wpuściliśmy” go do domu i cały tydzień niecierpliwimy się, co się zdarzy w kolejnym **odcinku**. A jak **odcinek** skończy się źle, to kolejnego oczekujemy z jeszcze większą ciekawością. No bo przecież każda **telenowela** musi mieć „happy end”, innych nie kręcą (2007, 54, 2).

W trakcie analizy materiału radiowo-telewizyjnego okazało się jednak, że również **współwystępowanie różnych modeli metaforycznych** w jednej wypowiedzi nie powoduje u odbiorcy dysonansu (czyli sport może być jednocześnie postrzegany na różne sposoby). Podobnie jest w korpusie tekstów prasowych, co widać chociażby w dwóch poniższych cytatach:

5) Zanim jednak **bohater** wieczoru trafił do siatki, w 55. minucie znalazł się w sytuacji, którą zakończył tak, jakby jubileusz **strzelenia** setnej bramki chciał przenieść na następny mecz (2007, 108, 4).

6) Teraz jednak czas na gole i **zwycięstwa** z jego udziałem. Nikt nie będzie usprawiedliwiał błędów nerwami **debiutu** (2007, 51, 2).

Takie łączenie modeli metaforycznych w jednej wypowiedzi wskazuje na równoważność poszczególnych sposobów postrzegania sportu. Frekwencja (i wynikający z niej stopień skonwencjonalizowania metafor) modeli buduje pewną ich hierarchię, nie ma to jednak wpływu na współwystępowanie pryzmatów reprezentujących różne modele.

Powyższe wnioski nie zmieniają jednak faktu, że metafory odwołujące się do różnych modeli metaforycznych dają odmienne efekty (wprowadzają bowiem inne punkty widzenia, z którymi odbiorca musi się identyfikować, co wiąże się z sygnalizowanym w rozdziale trzecim zjawiskiem narzucania perspektywy przez autorów wypowiedzi w mediach). **Manipulowanie punktami widzenia** w metaforyce może być wykorzystywane w celach perswazyjnych, np. do zróżnicowanej promocji wydarzeń sportowych. Zobrazuję to na przykładzie dwóch pryzmatów reprezentujących różne modele metaforyczne:

1) Copa America – już w nocy początek największej piłkarskiej **imprezy** tego roku (2007, 147, 8).

2) **Wojna** na Mestalla (2007, 42, 6).

Oba powyższe cytaty są zapowiedziami wydarzeń sportowych (konkretnie – piłkarskich). Mistrzostwa Ameryki Południowej (Copa America) przedstawiane są jako „impreza”, a więc zdarzenie rozrywkowe, wesołe, niosące radość. W przykładzie drugim mamy do czynienia z tytułem artykułu zapowiadającego mecz ligi hiszpańskiej Valencia CF – FC Barcelona. Spotkanie to zostało nazwane

„wojną”, a więc zyskało określenie wręcz przeciwne do „imprezy”. Postrzeganie sportu z tego punktu widzenia potęguje napięcie, emocje, nadaje wydarzeniom wzniosłość. Tymczasem odwołanie do modelu ROZRYWKA kreuje zupełnie inny obraz sportu, profilując jego cechy związane z ludycznością – zabawą, rozluźnieniem, relaksem (zapowiadając miłe chwile przed telewizorem lub przy odbiorniku radiowym).

Promocja wydarzeń sportowych może wykorzystywać takie różnice w postrzeganiu dyscypliny wynikające ze zmian punktu widzenia, kreując obraz danego meczu czy konkretnych rozgrywek w zależności od uczuć odbiorcy, do jakich nadawcy chcą dotrzeć. Wykorzystanie modelu metaforycznego ROZRYWKA wzbudza pozytywne emocje, zachęca do udziału w zabawie (impreza jest formą zabawy), obiecuje ciekawe wrażenia i samą przyjemność. WOJNA z kolei jest obietnicą zupełnie innego rodzaju przeżyć, ma budzić w odbiorcy uśpionego w nim wojownika (zgodnie z cytowanym wyżej w tej pracy Walterem Ongiem rywalizacja jest podstawą naszych doświadczeń), zapowiada walkę i emocje z nią związane. Rozpatrzmy przytoczone wyżej przykłady ponownie, zamieniając tym razem metafory:

- 1) Copa America – już w nocy początek największej piłkarskiej **wojny** tego roku.
- 2) **Impreza** na Mestalla.

Mistrzostwa Ameryki Południowej w piłce nożnej okazują się teraz wydarzeniem dużo bardziej poważnym, nabierają wzniosłości. Zapowiadane są bowiem jako zawody pełne walki, bez żartów i zabawy, zawody, w których nie obędzie się bez ofiar (ale także i bohaterów). Mecz ligi hiszpańskiej zaś jawi się tym razem odbiorcy jako wydarzenie radosne, kojarzące się z piknikową atmosferą. Drużyny grające ze sobą nie są zaś postrzegane jako swoi wrogowie (czasem mówi się wręcz o „meczach przyjaźni”, kiedy spotykające się ze sobą zespoły i ich kibice nie żywią do siebie niechęci). Zyskujemy dwa zupełnie nowe obrazy tych samych wydarzeń sportowych. Wystarczyło tylko zamienić pryzmaty konceptualne i wiążące się z nimi metafory. Dowodzi to z pewnością potencjału perswazyjnego tkwiącego w metaforze. Wiąże się on z jednej strony z profilowaniem przez przenośnię różnych cech zestawianych ze sobą obiektów lub dziedzin, z drugiej zaś – z operacjami dokonywanymi na punkcie widzenia oraz z wykorzystywaniem w metaforach zjawiska asymetrii relacji podobieństwa.

Wspomniana asymetria, czyniąca z metafory obiekt chiralny, powoduje, jak już sygnalizowałem, że odwrócenie przenośni staje się niepraktyczne (trudno byłoby uznać, że jest to niemożliwe, ponieważ w konceptualizacji mentalnej niemożliwe nie istnieje) – czyni bowiem interpretację niezwykle trudną (że przypomnę choćby analizowany już przeze mnie przykład pryzmatu *destrukcja* – można tak określić przerywanie akcji drużyny przeciwnej, ale nazywanie rozbiórki domu „przerywaniem akcji” wprowadziłoby w osłupienie każdego odbiorcę). Czasem

jednak nadawca sam ma wrażenie, że zastosowana przez niego metafora może sprawiać trudności interpretacyjne, stara się więc ją w pewien sposób uzasadnić lub wyjaśnić. Tak było choćby w przypadku cytowanego w rozdziale trzecim komentatora telewizyjnego, Mateusza Borka. W materiale prasowym również można znaleźć podobne zachowania (jak choćby w cytacie zawierającym pryzmat *rozbroić*, podanym przeze mnie przy okazji analizy modelu metaforycznego WOJNA), choć nie zawsze owo wyjaśnienie wprowadzane jest w celu ułatwienia interpretacji, czego przykładem niech będzie poniższy cytat:

Mecze z Azerbejdżanem i Armenią mają przynieść Polsce tak cenne punkty w walce o Euro 2008. Ale poza tym, dla wielu zawodników będzie to mecz udowodnienia kibicom i trenerom, że nie zardzewieli, że *jeszcze żyją*. W sensie piłkarskim. Bo że w ogóle dobrze sobie żyją, nikt w to nie wątpi (2007, 67, 5).

Kursywą zaznaczyłem metaforę wraz z wyjaśnieniem. Odgrywa ono tutaj jednocześnie rolę gry z odbiorcą, polegającej na drwinie z polskich piłkarzy. Wydaje się, że przenośnia jest wyraźnie widoczna, dlatego doprecyzowanie, w jakim sensie autor użył sformułowania „jeszcze żyją”, należy traktować jako element z góry zamierzonej agresji werbalnej, skierowanej przeciwko piłkarzom reprezentacji Polski.

Podsumowanie

Z analizy materiału prasowego wynika, że głównym sposobem obrazowania stosowanym w metaforyce przez dziennikarzy „PS” są pryzmaty konceptualne reprezentujące model metaforyczny WOJNA. Przenośnie takie zdecydowanie zdominowały materiał, stanowiąc aż 77,45% ogółu. Kolejny pod względem frekwencji model, ROZRYWKA, osiągnął 11,27%. Potwierdził się więc wniosek z rozdziału trzeciego, że są to dwa podstawowe sposoby postrzegania sportu (kolejny w hierarchii modeli miał frekwencję na poziomie 1,74%). WOJNA i ROZRYWKA są więc jedynymi konwencjonalnymi modelami metaforycznymi, ale należy wyraźnie podkreślić, że silnie skonwencjonalizowany punkt widzenia ujawnia się tylko w WOJNIE, czyniąc ją **najważniejszym sposobem postrzegania sportu**.

Powyższe spostrzeżenie prowadzi do konkluzji, że **cechy sportu związane z rywalizacją (*agon*) najsilniej oddziałują** na wyobraźnię użytkowników języka. Każę to przypuszczać, że są one najważniejszymi, najbardziej podstawowymi (i eksponowanymi w uzusie) cechami omawianej dziedziny życia.

Zgodnie z ustaleniami z poprzedniego rozdziału poszukiwałem w materiale prasowym obecności czterech konfiguracji punktów widzenia, będących wyrazami dwóch podstawowych dla mnie opozycji (**konwencjonalny-osobisty** punkt

widzenia i **kreator-obszawator**)¹⁴. W najbardziej skonwencjonalizowanych modelach metaforycznych (wspomniane wyżej WOJNA i ROZRYWKA) dominiowały pryzmaty reprezentujące ogólny punkt widzenia, a więc już utrwalone. Niewiele zatem udało się znaleźć przykładów krzyżowania perspektyw w ramach tej opozycji. Ciekawy wniosek można jednak wyciągnąć z analizy modeli metaforycznych będących nośnikami osobistego punktu widzenia. Okazało się bowiem, że schemat skrzyżowany osiągnął w większości z nich największą frekwencję¹⁵ (wyjątkiem jest model ŻEGLUGA). Ponieważ w przypadku materiału radio-wo-telewizyjnego było odwrotnie (niekonwencjonalne modele reprezentowane były w większości przez niekonwencjonalne pryzmaty), wyniki zaprezentowane w rozdziale czwartym są zastanawiające. Uważam, że dominacja konwencjonalnego punktu widzenia w modelach wyrażających perspektywę osobistą wynika z faktu, że są one ubogie w pryzmaty – im mniej **różnych** pryzmatów reprezentujących dany model, tym większe prawdopodobieństwo ich powtarzania, a zatem również większa konwencjonalizacja na tym poziomie (choć nie taka, jak w przypadku modelu WOJNA). Można stąd także wnioskować, że im bardziej skonwencjonalizowany jest model metaforyczny (im więcej razy się powtarza), tym więcej pryzmatów może go reprezentować. Wynika to być może ze stopnia podobieństwa sportu do danej dziedziny źródłowej – więcej podobieństw sprawia, że może się pojawiać więcej pryzmatów konceptualnych wprowadzających konkretny model metaforyczny. Działa to także w drugą stronę – im mniej utrwalony jest dany model, tym mniej musi być podobieństw dostrzeganych między sportem a tą dziedziną. Stąd też mniejsza liczba różnych pryzmatów (każdy z nich bowiem profiluje inne podobieństwo, czyli wskazuje na inne cechy). Tłumaczyłoby to niewielką różnorodność pryzmatów w modelach niekonwencjonalnych. Nie ma jednak przeszkód, by pryzmaty te powtarzały się (jedna sytuacja w sporcie, decydująca o zestawieniu go z daną dziedziną źródłową, może się powtarzać wiele razy, dlatego też pojedyncze pryzmaty w modelach niekonwencjonalnych osiągają pewien stopień powtarzalności).

Pod względem opozycji kreator-obszawator materiał prasowy doprowadził już do takich samych wniosków, jak radio-wo-telewizyjny. Punkt widzenia na poziomie modelu metaforycznego wywiera silny nacisk na nadawców, by stosowali pryzmaty konceptualne reprezentujące taką samą perspektywę. Podobnie

¹⁴ Ciekawym wnioskiem płynącym z analizy obu korpusów tekstów jest już samo istnienie konfiguracji punktów widzenia, z którego wynika, że **metafora ma dwa poziomy** – modeli metaforycznych i pryzmatów konceptualnych. Każdy z nich dysponuje własnym punktem widzenia, przy czym mogą być one ze sobą zgodne lub nie (w takim przypadku mówię o **krzyżowaniu punktów widzenia**).

¹⁵ W najbardziej zróżnicowanej grupie, VARIA, więcej jest pryzmatów wyrażających osobisty punkt widzenia, jednak powtarzalność pryzmatów konwencjonalnych (400 powtórzeń, 85,5% wszystkich reprezentacji tej grupy) sprawia, że gdyby można było w ich przypadku mówić o poziomie modeli metaforycznych, schemat skrzyżowany (modele takie z pewnością reprezentowałyby perspektywę osobistą) uzyskałby znaczną przewagę nad nieskrzyżowanym.

jak w przypadku metafor komentatorów radiowych i telewizyjnych dominacja punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat jest bezsprzeczna. Wynika to po części z wyraźnej przewagi modeli metaforycznych wprowadzających taką perspektywę, lecz także z faktu, że sport jest dziedziną aktywności wyłącznie ludzkiej. Nie mogło być zatem mowy o innych wynikach analizy metafor dziennikarzy „PS”. W grupie VARIA pojawiły się wprawdzie pryzmaty wzbudzające pewne wątpliwości (być może są w nich zakodowane **jednocześnie** oba punkty widzenia, aktualizowane indywidualnie w zależności od kontekstu lub nawet obecne w tym samym czasie bez względu na kontekst – jak np. *frunąć, posypać się, skruszyć*), ale nie zmieniają one ogólnego układu sił.

Podobnie jak w przypadku materiału radioowo-telewizyjnego, analiza korpusu tekstów prasowych ujawniła obraz sportu jako **poła działalności człowieka**, w której z łatwością można **wskazywać wykonawców czynności**, a więc także osoby odpowiedzialne za bieg wydarzeń. Jednocześnie, jak już wyżej zaznaczyłem, najbardziej wyraziste i najczęściej uwypuklane w metaforach są **agonistyczne cechy** sportu (absolutna dominacja modelu metaforycznego WOJNA), dopiero zaś w drugiej kolejności jego aspekt ludyczny (model ROZRYWKA). Wśród pozostałych sposobów postrzegania omawianej dziedziny życia można znaleźć modele GOSPODARKA, BUDOWNICTWO, RELIGIA, MECHANIKA, MOTORYZACJA, HAZARD, NAUKA i ŻEGLUGA (trzy ostatnie są *novum* w porównaniu z metaforyką komentatorów radiowych i telewizyjnych).

W korpusie tekstów prasowych zwraca także uwagę duże **zróżnicowanie stopnia konwencjonalizacji** pryzmatów conceptualnych. Wynika to z obszerności materiału, w związku z którą liczba pryzmatów jest dość duża, a ich powtarzalność cechuje spora różnorodność (niektóre metafory pojawiają się zaledwie raz, inne 2, 3, 5, 14, ponad 30, 40, 60 czy wreszcie więcej niż 200 razy). Najczęściej występujące pryzmaty są oczywiście najbardziej utrwalone (z reguły nie są nawet odczuwane jako metafory), natomiast przerośnięte wykorzystywane dwukrotnie czy nawet sześciokrotnie, choć uznają je za konwencjonalne, zachowują pewien stopień oryginalności (na pewno mogą być rozpoznawane jako metafory).

Przewaga liczebności pryzmatów konwencjonalnych (nawet w modelach reprezentujących osobisty punkt widzenia) jest w materiale prasowym bardzo wyraźna. Można ją uznać za wynik nieco innej sytuacji komunikacyjnej prasy sportowej w porównaniu z sytuacją komentarza „na żywo” z wydarzeń sportowych. Dziennikarz prasowy nie podlega tak silnym emocjom w trakcie formułowania swych komunikatów jak komentator w radiu czy w telewizji. Sprawia to, że teksty stają się bardziej wyważone, stonowane i przemyślane (stąd też mniej metafor ekstremałowych). Ponieważ nadawca prasowy nie musi dążyć do uatrakcyjnienia przekazu w tak dużym stopniu, jak nadawca radiowy lub telewizyjny, jego metaforyka może być także mniej obrazowa i oryginalna.

Nie można jednak mówić o zupełnej bierności, odtwórczości i nieatrakcyjności metaforyki dziennikarzy prasowych. W badanym materiale odnalazłem kilka

sposobów na **przelamywanie schematyczności** (mimo stosowania pryzmatów utrwalonych). Jednym z nich jest **zmiana przedmiotu odniesienia** pryzmatu, którą dobrze obrazuje przykład *przegrać*. Jak wskazałem, może się on pojawiać w różnych kontekstach, za każdym razem zmieniając swój przedmiot odniesienia, zyskując dzięki temu pewną „świeżość” (przegrywać można z innymi sportowcami, nawet z kolegami z jednej drużyny, ale także z tremą lub chorobą/kontuzją). Podobnie działa **naruszanie integralności struktury** pryzmatu conceptualnego, rozbijanie go i dodawanie do niego określeń. Tak było choćby w przypadku pryzmatu *być w gazie*, który został odświeżony przez dodanie określenia „szaleńczy” („jest w szaleńczym gazie”). Takie precyzowanie obrazu zawartego w metaforze wzmacnia ją i pogłębia. Przeciwnie schematyczności metaforyki dziennikarzy prasowych działa także paradoksalnie duży stopień utrwalenia niektórych pryzmatów (jak *wygrać, przegrać, rywal czy napastnik*). Nie można w ich przypadku mówić o braku inwencji twórczej autorów tekstów, ponieważ ich występowanie jest konieczne dla komunikowania o wydarzeniach sportowych. Jednocześnie wysoka konwencjonalność sprawia, że nie są nawet odczuwane jako metafory.

Przewaga w materiale prasowym pryzmatów utrwalonych znajduje swoje odzwierciedlenie w **wewnętrznym usystematyzowaniu** modeli metaforycznych. Niektóre sposoby postrzegania i obrazowania sportu tworzą w pewnym sensie podsystemy w swoich modelach, jak na przykład metafory odwołujące się do filmu, teatru i muzyki w ramach ROZRYWKI czy do biznesu, bankowości, przemysłu i giełdy w modelu GOSPODARKA, a także szkolnictwa i badań naukowych w modelu NAUKA. Wydaje się, że omawiane zjawisko nie jest przypadkiem i świadczy o kompleksowości zestawiania sportu z danymi dziedzinami oraz o wielości podobieństw, których nadawcy mogą się doszukiwać między domenami źródłowymi i domeną docelową.

Analiza materiału prasowego potwierdziła także wniosek z rozdziału trzeciego, że różne sposoby postrzegania sportu są **równoważne** w tym sensie, że mogą **współwystępować** w jednej wypowiedzi, bez strat dla jej spójności czy zrozumiałości. Nie ma na to wpływu hierarchia modeli wynikająca z ich frekwencji.

Zjawisko, o którym mowa powyżej, jest możliwe dzięki zaobserwowanym przeze mnie w wypowiedziach komentatorów sportowych i potwierdzonym w tekstach prasowych **nagromadzeniom pryzmatów**. Polegają one na użyciu dwóch lub kilku pryzmatów conceptualnych na przestrzeni jednego bądź kilku zdań. Obok wspomnianego współwystępowania pryzmatów reprezentujących odmienne modele metaforyczne, możliwe jest oczywiście także nagromadzenie pryzmatów z tego samego modelu. Przyczynia się to do **rozszerzenia metafory**, nadając jednocześnie wypowiedzi walor spójności (przynajmniej pod względem metaforycznego obrazowania). Może to być także spójność w obrębie standardowego scenariusza zdarzeń, jak w przypadku cytatu z użyciem pryzmatu *rykoszet*¹⁶,

¹⁶ Dla porządku przypominam ten cytat: „Piłka trafia w pole karne Legii, tam przejmują ją Łukasz Piszczek, wycofuje do Michała Stasiaka, a ten *strzela*. Próbuje ją blokować Surma. **Rykoszet** i Fabiański jest bezradny” (2007, 123, 5).

kiedy nadawca poprzedza jego zastosowanie użyciem przyzmatu *strzał* (zgodnie z wyobrażeniem przeciętnego użytkownika języka rykoszet jest wynikiem strzału, dlatego można mówić o zgodności tej wypowiedzi ze standardowym scenariuszem). Współwystępowanie przyzmatów reprezentujących ten sam model metaforyczny może także przybrać postać **dookreślenia** jednego z nich przez inny (inne), co jest bardzo dobrze widoczne na zaprezentowanym przeze mnie przykładzie metafory *strzały... śmiercionośne*¹⁷.

Jak wyżej zazaczyłem, postrzeganie sportu jako pola aktywności ludzkiej pozwala na wskazywanie osób odpowiedzialnych za przebieg wydarzeń. Wiąże się to z **manipulowaniem punktami widzenia**, które ma bardzo duży potencjał perswazyjny. Jedną z ciekawszych jego form jest **dokonywanie wyboru między użyciem strony czynnej i biernej przyzmatów czasownikowych**. W materiale radiowo-telewizyjnym dostrzegłem wyraźną przewagę form w stronie czynnej, dlatego też zwróciłem na to uwagę także podczas analizy „PS”. Potwierdziła ona wcześniejsze spostrzeżenie. Przyczyną takiego stanu rzeczy może być dominacja punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat w badanym materiale. Strona czynna czasowników wzmacnia tę perspektywę, ponieważ profiluje wykonawcę czynności i wszystko, co jest z nim związane. Dzięki temu wskazuje się go jako osobę bezpośrednio odpowiedzialną za zaistniały stan rzeczy (w przypadku sportowców może to być chociażby zasługa za zwycięstwo lub, z drugiej strony, przyczynienie się do porażki). Wykorzystywanie biernych form przyzmatów czasownikowych sprawia, że profilowaniu podlega część czynności bądź wydarzenia niezwiązana z wykonawcą. Odwraca się tym samym od niego uwagę, skupiając ją na innym elemencie sceny. W ten sposób można przede wszystkim odebrać sportowcowi zasługę za zaistniały stan rzeczy lub usunąć go na dalszy plan (tak było choćby w przykładzie z bramkarzem Legii, który został „pokonany”, a nie „pokonał” go zawodnik drużyny przeciwnej¹⁸ – strzelec gola pozostaje więc zupełnie anonimowy dla odbiorcy, jakby nie było ważne, kto pokonał golkipera Legii). Strona bierna wymusza na odbiorcy, by ten **identyfikował** się nie z wykonawcą czynności, ale z jej przedmiotem (którym może być inny sportowiec lub element nieożywiony, jak słupek lub poprzeczka). Ponieważ jest to sprzeczne z tendencją do postrzegania sportu z punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat, dużo częściej, jak już sygnalizowałem, mamy do czynienia z wykorzystywaniem przyzmatów czasownikowych w stronie czynnej niż w biernej.

Manipulowanie punktami widzenia może jednak przybierać także inną formę, bardziej oczywistą – **odwołania do różnych modeli metaforycznych**. Każdy z nich przywołuje bowiem inne skojarzenia, kreując odmienny obraz dyscypliny. Tak jest na przykład w przypadku WOJNY i ROZRYWKI. Na przykładzie promocji wydarzeń sportowych można zaobserwować, że w zależności od pożądane-

¹⁷ „Strzały Japończyka były jednak nie tak **śmiercionośne** jak zawsze, a napastnicy spóźniali się do jego podać” (2007, 45, 5).

¹⁸ „Mucha wreszcie **pokonany**, ale Legia nadal zwycięska” (2007, 216, 5).

go efektu stosuje się różne metafory, by zainteresować odbiorcę. Model WOJNA wykorzystywany jest, by potęgować emocje, napięcie, nadawać zapowiadany wydarzeniom wzniosłość i powagę. Taki sposób promowania np. meczu piłkarskiego wywołuje u odbiorcy poczucie oczekiwania na walkę i typowo męskie emocje (można by je określić jako *agonistyczne*). Tymczasem zastosowanie modelu metaforycznego ROZRYWKA obiecuje zupełnie inny rodzaj przeżyć – profiluje bowiem ludyczne aspekty sportu. Dzięki temu zapowiadając dane wydarzenie można zachęcać odbiorców-kibiców do udziału w zabawie, wskazując, że czeka ich dużo radości i relaksu. Idealnie oddają to przeanalizowane przykłady pryzmatów *wojna* i *impreza*.

Manipulowanie perspektywami postrzegania może również kryć się pod postacią **dystansowania się do własnego punktu widzenia**. Mamy z tym zjawiskiem do czynienia wówczas, gdy nadawca osłabia poczucie stosowności użycia danej metafory. Osiąga się to poprzez wykorzystywanie cudzysłówów (sugerujących obcość przekazywanych słów wobec autora) i **znaczników iluzji**, o których więcej piszę w następnym rozdziale. Przeciwnym zachowaniem komunikacyjnym jest podkreślanie stosowności użytej przenośni, przybierające postać przede wszystkim wspomnianego powyżej rozszerzania metafor, dodawania kolejnych pryzmatów, zwiększających spójność wypowiedzi (jednocześnie wzmacniają i pogłębiają sens metaforyczny, potwierdzając przydatność zastosowanego sposobu obrazowania danej sytuacji).

Rozdział 5

NARZUCANIE PUNKTU WIDZENIA W ŚWIETLE TEORII EMPATII. ZNACZNIKI ILUZJI

5.1. Znaczniki iluzji

Jak już w poprzednich rozdziałach ustaliłem i zobrazowałem, metafora jest ważnym nośnikiem punktu widzenia. W swoich dotychczasowych rozważaniach skupiałem uwagę na dwóch podstawowych według mnie opozycjach: konwencjonalny-osobisty punkt widzenia oraz kreator-obserwator. Uznałem je za istotne, ponieważ, jak stwierdziłem w rozdziale pierwszym, każda wypowiedź naznaczona jest czyjąś perspektywą postrzegania, komunikujemy zawsze z **czyjegoś** punktu widzenia, przy czym niemożliwe wydaje się uniknięcie indywidualnego nacechowania komunikatu. Nawet wybór konwencjonalnego sposobu obrazowania sceny zdradza osobiste uwarunkowania podmiotu.

Przenośnia jest ciekawym przypadkiem nośnika punktu widzenia. Jak sygnalizowałem w poprzednich rozdziałach, każda metafora ma dwa poziomy, wynikające z zestawiania ze sobą dwóch konkretnych obiektów (lub zjawisk) przy jednoczesnym wskazywaniu podobieństw¹ między dziedzinami, z których te obiekty (zjawiska) się wywodzą bądź z którymi się wiążą. Badania tekstów dziennikarzy sportowych (w prasie, radiu i telewizji) ujawniły ciekawe zjawisko – punkty widzenia na obu wspomnianych poziomach nie muszą być takie same (choć w przypadku opozycji kreator-obserwator najczęściej dochodzi do uzgodnienia perspektyw między modelem metaforycznym a pryzmatem conceptualnym). Dzięki temu nadawca może jednocześnie pozostawać wierny konwencjonalnemu sposobowi obrazowania i wykazywać się inwencją twórczą (np. stosując pryzmat reprezentujący osobisty punkt widzenia w ramach utrwalonego już modelu – dzięki gotowości percepcyjnej odbiorca nie doznaje dysonansu).

W toku analizy obu korpusów tekstów odnalazłem przykłady, w których nadawcy bądź to dystansowali się od własnych słów, bądź też wręcz odwrotnie

¹ Podobieństw tych przenośnia nie wyraża eksplicytnie, jedynie czerpie z nich swe istnienie (zgodnie z ustaleniami z rozdziału 2 uznaję, że bez dostrzeżenia podobieństwa nie może powstać metafora), pozostawiając odbiorcy kwestię interpretacji.

– potwierdzali stosowność używanych przez siebie metafor. By odpowiednio to zjawisko opisać, zaczęę od wprowadzenia teoretycznego.

Przywoływany już przeze mnie kilkakrotnie Jarosław Płuciennik w swych pracach nad teorią empatii dostrzegł bardzo interesujące zjawisko o charakterze wyraźnie metadyskursywnym. Badania te doprowadziły do utworzenia nowego terminu – **znaczniki iluzji** [por. Płuciennik 2002: 47]. Najprościej rzecz ujmując, są to środki językowe służące do zmniejszania wzniosłości wypowiedzi. Należą do nich sformułowania typu: „niby”, „by tak rzec”, „jeżeli wolno się tak wyrazić”. Nie podlega dyskusji, że omawiane środki ujawniają refleksję nad językiem, stylem wypowiedzi, łagodząc nie tylko jego wzniosłość, lecz również niestosowność (przeświadczenie o niestosowności jest presuponowane w przypadku użycia znaczników iluzji). J. Płuciennik jednak wskazuje na **metakognitywny** charakter takiej refleksji. Uważa bowiem, że znaczniki iluzji pozwalają nadawcy na **odcięcie się** od wyrażonej w komunikacie **konceptualizacji** danego wycinka rzeczywistości. Stają się więc swoistymi komentarzami nie tylko do stylu, ale także do sposobu postrzegania. Jest to bardzo ważne ze względu na teorię empatii, ponieważ ma wpływ na czynności indentyfikacyjne i symulacyjne odbiorcy – znaczniki iluzji dają bowiem do zrozumienia, że konceptualizacja jest w jakimś sensie obca nadawcy, sygnalizują, że w tym momencie odbiorca patrzy nie przez „gogle” nadawcy, lecz kogoś innego.

Wspomniane językowe środki metakognitywnej refleksji stają się istotne także w przypadku odwzorowań metaforycznych i zakodowanych w nich punktów widzenia. Według J. Płuciennika znaczniki iluzji pozwalają na wyraźne odcięcie się od utożsamiania dwóch obiektów: „Przy użyciu znaczników iluzji »A jest B« zmienia się w »A jest podobne do B«. Innymi słowy, relacja metaforyczna w istocie staje się relacją porównaniową” [Płuciennik 2002: 61]. Tym sposobem następuje w pewnym sensie powrót do źródła przerośni. Jak sygnalizowałem w rozdziale drugim, według teorii chiralności Andrzeja Kudry porównanie jest podstawą i punktem wyjścia (na poziomie pojęciowym) dla wszystkich innych figur, w tym również dla metafory². Sprowadzenie przerośni do postaci porównaniowej przy użyciu znaczników iluzji nie dokonuje się oczywiście w sposób eksplicytny – językowy kształt wypowiedzi pozostaje taki sam, natomiast powrót do porównania następuje implicytnie i pozostaje kwestią interpretacyjną. Wyjątkiem są znaczniki iluzji typu: „niby”, „jak-by”, „jak gdyby”, „jak”. Wprowadzają one bowiem porównanie w sposób otwarty (w teorii literatury występują jako wskaźniki porównania).

Ujawnianie zestawieniowości metafory obnaża ją i jest demaskowaniem procesu myślowego, który za nią stoi. Przyczyną takiego zachowania może być wspomniana chęć osłabienia wzniosłości (co jest zrozumiałe zwłaszcza w tekstach prymarnie nieartystycznych, jak choćby wypowiedzi dziennikarskie), ale także pragnienie zaznaczenia dystansu do własnej konceptualizacji³. Użycie znaczni-

² W tym samym rozdziale odwoływałem się także do komunikatywizmu, w którym porównanie uważa się za izomorficzną postać metafory.

³ Por. rozważania Tomasza Smokowskiego: „Kiedy przyjdzie ci komentować tenis, będziesz robił długie przerwy i mówił ścisłym głosem – to sport, w którym w dobrym tonie jest milczeć

ków iluzji wyraża wprost to, co w metaforze jest **presuponowane** – „puszczenie oka” do odbiorcy, swoisty presupozycyjny cudzysłów, dzięki któremu rozpoznajemy przenośnię i nie uznajemy wypowiedzi nadawcy za absurd (byłaby nim wówczas, gdyby została przyjęta literalnie, jako akt komunikacji *bona-fide*).

Metafora ma w sobie zakodowane pewne ograniczenie zaangażowania w nią nadawcy (implikuje to, co jawnie wyrażają znaczniki iluzji) i wymaga tego samego od odbiorcy – nie utożsamia zestawianych obiektów, a jedynie stwarza **iluzję** ich tożsamości, którą należy rozpoznać, by nie wziąć przenośni dosłownie⁴. Tu też jest miejsce identyfikacji z punktem widzenia autora tekstu – odbiorca musi niejako połączyć się z nadawcą, by konceptualizacja zastosowana w komunikacji stała się im wspólną – nie można więc traktować metafory dosłownie, ponieważ traci się wówczas kontakt z punktem widzenia autora. Dzieje się tak ze względu na pewną ważną cechę przenośni.

5.2. Negacyjność metafory

Według Anny Wierzbickiej [por. 1971] struktura głęboka metafor jest **inherentnie negacyjna**, ponieważ zawierają one w sobie negacje będące warunkiem uznania ich eksplikowalności. Zdaniem badaczki każdą metaforę można zinterpretować posługując się wzorem *rzekłbyś, że to **nie**..., lecz...*:

w trakcie trwania wymiany piłek. Widzowie na trybunach nie odzywają się i tego samego zwykło się wymagać od komentatora. [...] Nie wypada więc, by komentator szafował słowem czy podnosił głos w trakcie relacji. [...] Cechą mojego dziennikarstwa jest duży dystans do siebie i świata, do tego, co się mówi i jak **się mówi** [wyróżnienie – R.S.]” [Smokowski 2010: 181–182] oraz „Nie ma nic gorszego niż smutny komentarz na złym meczu. Nadmiernie podniecający się komentatorzy wypadają jednak równie śmiesznie. Oczywiście emocje przydają się ogromnie, bo pozwalają wciąż robić dobre relacje, ale nadmierna adrenalina, chęć wykazania się mogą przynieść efekt odwrotny. [...] Młodym komentatorom zdarza się czasem popełniać szkolny błąd i mówić z dużą ekspresją nawet podczas spokojnych fragmentów gry” [Smokowski 2010: 182]. Dla porównania – dziennikarz prasowy, Stefan Szczepłek, pisze: „Pisząc do gazety sprawozdanie czy komentarz, nie używajmy sformułowań świadczących o naszym zaangażowaniu po którejś stronie. Wystrzegajmy się słów w rodzaju: »niestety«, »na szczęście«. Nie powinniśmy też używać żargonu, jakim posługują się ludzie sportu: żadnego »załapania się na pudło« (miejsce na podium) ani »przegrania piłki przez obrońcę« (podanie piłki ze środka boiska do obrońcy, żeby rozpoczął akcję) i tym podobnych” [Szczepłek 2010: 177]. Powyższe fragmenty jasno wskazują, że komentatorzy sportowi nie tylko dystansują się od tego, co i jak mówią, ale także uznają za podstawę swojego warsztatu umiejętność panowania nad emocjami – może to tłumaczyć stosunkowo liczne występowanie w ich wypowiedziach znaczników iluzji jako narzędzi obniżania wzniosłości (nadmierne poddanie się emocjom). To właśnie w tym kontekście możemy mówić o wzniosłości w przekazach dziennikarzy sportowych. Nie zmienia to jednak faktu, że równie ważna, jeśli nie ważniejsza, jest tendencja do stosowania znaczników iluzji w związku z niepewnością co do stosowności wykorzystanej metafory.

⁴ Jest to mniej widoczne w przypadku zleksykalizowanych metafor, których użytkownicy języka nie traktują jako przenośni.

Śpi ziemia.

= (Myślę o ziemi) – rzekłbyś, że to nie ziemia, ale żywa istota, która śpi [Wierzbicka 1971: 140].

Zdaniem A. Wierzbickiej negacja jest potrzebna metaforze, by dało się obrotować ją przed uznaniem jej za absurd, „można bowiem patrząc na jakiś przedmiot powiedzieć, że to inny przedmiot – myląc się, ulegając złudzeniu, żartując, przesadzając itp., nie można jednak powiedzieć sensownie, że jedna rzecz jest zarazem inną rzeczą”⁵ [Wierzbicka 1971: 143]. Takie podejście rzeczywiście okazuje się przydatne w procesie analizy i interpretacji przerośniętych. Zastosowane do materiału, który zebrałem, ujawnia działanie pryzmatów konceptualnych. Zobrazuję to na pięciu przykładach:

1) Te dwa transfery zupełnie **zburzyły** najczęściej stosowaną przez Mourinho taktykę z jednym wysuniętym napastnikiem (2007, 7, 2)

= (Myślę o taktyce) – rzekłbyś, że to nie taktyka, lecz budowla, która została zburzona.

2) Na co dzień bardzo cichy i skromny, ale na boisku Łukasz Piszczek nie chodzi ze spuszczoną głową. Zmienia się w **wojownika**, który potrafi napsuć krwi rywalom (2007, 97, 7)

= (Myślę o piłkarzu) – rzekłbyś, że to nie piłkarz, ale wojownik.

3) Z czasem obrońcy holenderskiego zespołu zorientowali się, jak ustawiać się przeciw **snajperowi** CSKA i wykorzystywali jego słabsze warunki fizyczne (2007, 278, 9)

= (Myślę o piłkarzu) – rzekłbyś, że to nie piłkarz, lecz snajper.

4) W tamtym meczu grało w podstawowym składzie aż 7 zawodników Milanu i 5 Liverpoolu, którzy zapewne wystąpią także w tegorocznym finale Champions League. A w sumie w kadrach obu zespołów jest 18 **aktorów** tamtego pamiętnego spektaklu! (2007, 103, 4)

= (Myślę o piłkarzach) – rzekłbyś, że to nie piłkarze, lecz aktorzy.

5) Niemiecka **maszyna** otrząsnęła się po kilku minutach (2007, 82, 8)

= (Myślę o drużynie Niemiec) – rzekłbyś, że to nie drużyna Niemiec, lecz maszyna.

W przykładach 1–5 dzięki analizie zaproponowanej przez A. Wierzbicką wyraźnie widać, że pryzmaty konceptualne zmieniają postrzeganie obiektów, do których się odnoszą. Nadawca w każdym z tych przypadków, właśnie poprzez presuponowanie podobieństwa między zestawianymi obiektami, narzuca odbiorcy swoją perspektywę. Znajduje to wyraz w formułce, która zaczyna się od *rzekłbyś*, a nie *rzekłbym*, sugerując, że nadawca wie, że odbiorca może tak powiedzieć. W ten sposób wręcz wkłada się stwierdzenie w usta odbiorcy. Dotarcie do ukrytej w metaforze negacji wymaga świadomej analizy, zastanowienia. Uruchamiane są bowiem automatycznie wszelkie skojarzenia, jakie odbiorca wiąże z pryzmatem, dzięki czemu podświetleniu ulegają niektóre cechy metaforycznego desygnatu. Sprawia to, że choć wiadomo, że „A nie jest B”, wytwarza się do pewnego stopnia **złudzenie**, że w istocie „A jest B”.

⁵ Brak implicytnej negacji jest tym, co, według badaczki, różni porównanie od metafory.

Z taką samą operacją mentalną mamy do czynienia w przypadku modeli metaforycznych. Cytaty 1–5 zawierają także presuponowane twierdzenia na tym poziomie:

6) Te dwa transfery zupełnie **zburzyły** najczęściej stosowaną przez Mourinho taktykę z jednym wysuniętym napastnikiem (2007, 7, 2)

= (Myślę o taktyce) – rzekłbyś, że to nie taktyka, lecz budowla, która została zburzona.

= (Myślę o sporcie) – rzekłbyś, że skoro taktyka to budowla, która została zburzona, zatem sport to nie sport, lecz budownictwo.

7) Na co dzień bardzo cichy i skromny, ale na boisku Łukasz Piszczek nie chodzi ze spuszczoną głową. Zmienia się w **wojownika**, który potrafi napsuć krwi rywalom (2007, 97, 7)

= (Myślę o piłkarzu) – rzekłbyś, że to nie piłkarz, ale wojownik.

= (Myślę o sporcie) – rzekłbyś, że skoro piłkarz to wojownik, zatem sport to nie sport, lecz wojna.

8) Z czasem obrońcy holenderskiego zespołu zorientowali się, jak ustawiać się przeciw **snajperowi** CSKA i wykorzystywali jego słabsze warunki fizyczne (2007, 278, 9)

= (Myślę o piłkarzu) – rzekłbyś, że to nie piłkarz, lecz snajper.

= (Myślę o sporcie) – rzekłbyś, że skoro piłkarz to snajper, zatem sport to nie sport, ale wojna.

9) W tamtym meczu grało w podstawowym składzie aż 7 zawodników Milanu i 5 Liverpoolu, którzy zapewne wystąpią także w tegorocznym finale Champions League. A w sumie w kadrach obu zespołów jest 18 **aktorów** tamtego pamiętnego spektaklu! (2007, 103, 4)

= (Myślę o piłkarzach) – rzekłbyś, że to nie piłkarze, lecz aktorzy.

= (Myślę o sporcie) – rzekłbyś, że skoro piłkarze to aktorzy, zatem sport to nie sport, lecz teatr⁶ (model metaforyczny ROZRYWKA).

10) Niemiecka **maszyna** otrząsnęła się po kilku minutach (2007, 82, 8)

= (Myślę o drużynie Niemiec) – rzekłbyś, że to nie drużyna Niemiec, lecz maszyna.

= (Myślę o sporcie) – rzekłbyś, że skoro drużyna Niemiec to maszyna, zatem sport to nie sport, ale mechanika.

Każdy wie, że sport nie jest jednocześnie budownictwem czy wojną, ale mimo wszystko odpowiednia metafora wywołuje **iluzję** tożsamości tych dwóch dziedzin. Dopóki negacja pozostaje presuponowana, jej wydobyć i uświadomić sobie jest zadaniem odbiorcy (można to uznać za absolutny wymóg, ponieważ dosłowne potraktowanie przenośni uniemożliwia poprawną interpretację komunikatu).

5.3. Znaczniki iluzji a metafora. Analiza znaczników iluzji w języku dziennikarzy sportowych

Idea eksplikowania metafor przez wykorzystanie negacji jest bardzo ciekawa właśnie w kontekście pragmatyki znaczników iluzji. Wydaje się bowiem, że dodatkowo osłabiają one poczucie utożsamienia dwóch obiektów (metafora

⁶ Wprawdzie aktorzy występują także chociażby w filmach, jednak w przytoczonym cytacie pojawia się także przymiotnik *spektakl*, jednoznacznie odnoszący metaforę do teatru.

nie opiera się na tożsamości i nie wskazuje na nią, jedynie wytwarza złudzenie, a znaczniki iluzji to uwypuklają). Rozpatrzmy następujące przykłady z materiału prasowego i radiowo-telewizyjnego:

11) Brazylijski pomocnik [...] rzucił się do przodu, w kierunku bramki **tzw.** „szczupakiem” (2007, 65, 9).

12) Dobre przejście piłki przez Aufhausera. To jest **tzw.** odkurzaczy w zespole GAK – przejmuje dużo piłek, jest dobry w odbiorze (Bożydar Iwanow, ELM w piłce nożnej, Polsat Sport, 10.08.2004).

Znacznik iluzji „**tzw.**” może występować zarówno w połączeniu z cudzym słowem, jak i samodzielnie. Jego zastosowanie sugeruje, że nadawca niekoniecznie sam posługuje się na co dzień taką terminologią, a zatem może oznaczać dystansowanie się do metafory. W przykładzie 12 po przenośni następuje nawet wyjaśnienie pochodzenia metafory (komentator wskazuje cechy piłkarza, które decydują o tym, że można nazwać go „odkurzaczem”).

13) Odrodził się **jak** Feniks z popiołów (2007, 274, 13).

14) To było **jak** wykwintne danie, które kucharz zapomniał niestety odpowiednio przyprawić. W meczu Kolportera z Wisłą było wszystko z wyjątkiem goli, choć okazji jedni i drudzy wypracowali bez liku (2007, 78, 9).

15) On **jak gdyby** dyrygował tą drużyną i ta drużyna była mu posłuszna (Jacek Gmoch, ME w piłce nożnej, TVP1, 19.06.2004).

16) Renzo Barbera, **niczym** Sycylia, **niczym** wulkan: stadion gorący i żyjący meczem, tętniący ukochanym klubem (2007, 51, 3).

Powyższe przykłady zawierają wspomniane wyżej znaczniki iluzji „**niczym**”, „**jak gdyby**” i „**jak**”, które wprowadzają wyjściową dla metafory figurę – porównanie. W sposób jawny jest tutaj wyrażony brak utożsamienia zestawianych obiektów, będący również sposobem na odcięcie się od wybranej przez nadawcę konceptualizacji (eksplicytne wyrażenie tego, co w przenośni jest ukryte, zdradza niepewność co do słuszności zestawienia).

17) Włosi zdecydowanie z jednym wysuniętym napastnikiem i z Totti’em, który jest **takim** lauffrem – grającym zupełnie swobodnie, wszędzie (Jerzy Engel, ME w piłce nożnej, TVP2, 14.06.2004).

18) To był piłkarz [...], który miał w sobie niesamowitą charyzmę, zdolności przywódcze, umiejętność wpływania na kolegów, kapitalną... *taką*... możliwość dyskusji z partnerami, zaufanie Ottmara Hitzfelda, on był jego **taką** prawą ręką (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, *brak daty emisji*).

19) Nie wiem, czy troszeczkę za ostro nie biega, ale może to jest **taka** eksplozja formy, czuje się silna (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

W przykładzie 18 kursywą zaznaczyłem znacznik iluzji, który nie odnosi się do metafory (zatem wątpliwości dziennikarzy sportowych co do stosowności konceptualizacji kontekstu nie muszą dotyczyć tylko metaforyki).

20) Pierwszy domagał się tytułu dla Legii z 1993 roku, stając się adwokatem we własnej sprawie. Przecież Wójcik uczestniczył w **tej** „strzelaninie na telefon” jako trener Legii! (2007, 7, 2).

21) Zidane. To jest momentami **po prostu** artyzm, poezja piłki, co próbuje grać Zizou (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, *brak daty emisji*).

22) On był **prawdziwym** generałem środka pola, mimo że często na Hitzsfelda mówiono „generał”, no to też **takim, powiedzmy**, jeśli nie generałem, to pułkownikiem na boisku był właśnie Stefan Effenberg (Mateusz Borek, LM w piłce nożnej, Polsat Sport, *brak daty emisji*).

23) Ta przerwa, która nam się nagle zrobiła, **można powiedzieć, pewien** wyłom w sztafecie 4x400 metrów, że to jakoś się uda szybko odbudować (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 20.08.2004).

24) Od kiedy pojawiła się, już nie ma wątpliwości, kto ma wygrywać te zawody, tak jak niegdyś świetna rekordzistka świata, Amerykanka Jay-Jay Caresee. Idzie w jej ślady, zbudowała sobie **praktycznie, można powiedzieć**, królestwo na stadionie (Włodzimierz Szaranowicz, IO Ateny 2004, TVP2, 21.08.2004).

25) Przez ostatnie 15 minut pierwszej połowy dała się zauważyć przewaga drużyny rosyjskiej, akcje zaczęły się, **jak to się mówi w potocznym języku piłkarskim**, kleić i reprezentacja Rosji zaczęła dochodzić do sytuacji (Wojciech Kowalewski, ME w piłce nożnej, TVP1, 12.06.2004).

26) No i teraz najistotniejsze, by utrzymać pozycje już wywalczone, by dowieźć, **mówiąc językiem kolarskim**, tę przewagę do mety. Meta blisko – trzeba jeszcze dwa razy wygrać swój serwis (Karol Stopa, tenisowy turniej US Open, Eurosport, 30.08.2004).

27) Co prawda, goście odnotowali tylko 3 asy, ale niemal każdy serwis **przypominał** pocisk, który robił straszne spustoszenie po stronie gospodarzy (2007, 30, 16).

28) Od początku do końca **przypominała** maszynę zaprogramowaną wyłącznie na sukces sportowy (2007, 106, 12).

29) Wiedzieli, że mogą odwrócić ten mecz, ale w tym pomagał trener, który był **absolutnie** dwunastym zawodnikiem na boisku (Jacek Gmoch, ME w piłce nożnej, TVP1, 19.06.2004).

30) **Prawdziwa** eksplozja talentu nastąpiła po zimowym okresie przygotowawczym, kiedy to Lewandowski w 12 spotkaniach zdobył 12 bramek (2007, 265, 8).

31) Przez większą część sezonu trener Atlasu Marek Cieślak powtarzał, że nie obchodzi go, z której pozycji jego zespół przystąpi do play-off. Ale teraz przejmować się już powinien, bo mistrzowie Polski mogą się znaleźć poza pierwszą szóstką. A to byłaby dla nich **prawdziwa** klęska (2007, 181, 14).

W przykładach 22 i 29–31 występują środki językowe, które mogą sprawiać wrażenie potwierdzenia metafor. W rzeczywistości jednak wskazują, że można mieć wątpliwości co do realności zastosowanej konceptualizacji. Innymi słowy, je-

śli ktoś mówi o *prawdziwej* eksplozji talentu, to paradoksalnie tym bardziej zwraca uwagę na jej nieprawdziwość, na metaforyczny sens użycia słowa *eksplozja* (jest to więc wyraźny sygnał, że należy je w tej wypowiedzi traktować jako pryzmat konceptualny). Widoczne jest tu **metakognitywne napięcie między presuponowaną negacją a pozornie implikowaną tożsamością zestawianych obiektów**. To ono jest właśnie jednoczesną przyczyną i rozwiązaniem paradoksu prawdziwości/nieprawdziwości *eksplozji* czy *klęski*. Zadanie uwzględnienia tego napięcia w trakcie interpretacji komunikatu leży po stronie odbiorcy. Z tym samym mamy do czynienia w przypadku sformułowania „absolutnie” – przysłówek ten zwiększa stanowczość wypowiedzi, a zatem potwierdza stosowność użycia metafory, co sugeruje, że ktoś mógłby zawahać się przed uznaniem takiej konceptualizacji za stosowną.

Cytaty 23–26 zawierają bardziej rozbudowane znaczniki iluzji. Pierwsze dwa stanowią zastrzeżenie, że dana konceptualizacja sytuacji jest możliwa do zaakceptowania („można powiedzieć”). W ten sposób uwaga odbiorcy skupia się na metadyskursowym i metakognitywnym aspekcie wypowiedzi – skoro nadawca sam zaznacza akceptowalność zastosowanego przez siebie sposobu obrazowania, oznacza to, że jest ona do pewnego stopnia wątpliwa. Tym samym metafora (*królestwo*, *wyłom*) zostaje zdemaskowana i odarta ze swojej wzniosłości. Dwa kolejne znaczniki iluzji wprost wskazują, skąd nadawca czerpie stosowane przez siebie sformułowania (z „potocznego języka piłkarskiego” i z „języka kolarskiego”). Obcość konceptualizacji wobec autora wypowiedzi jest więc bezdyskusyjna.

Środki językowe typu „ten”, „taki” stanowią dla odbiorcy sygnał, że nadawca szuka odpowiedniego słowa, które pasowałoby do opisywanej sytuacji. Można je więc także zaliczyć do znaczników iluzji, ponieważ wskazują na niepewność nadawcy co do stosowności wybranej ostatecznie metafory.

W badanym materiale znalazłem także pewną grupę pryzmatów opatrzonych cudzysłowami, np.:

32) Marek Saganowski – jednak rozczarowanie, bo spodziewałem się po nim więcej. Nawet nie chodzi o te niewykorzystane dwie „patelnie”, ale on miał łokciami wywalczyć sobie i kolegom pozycje do strzelenia gola (2007, 132, 4).

33) Gdyby zliczyć „legię cudzoziemską”, która może zasilić łódzki klub, to można z niej zestawiać niemal całą jedenastkę (2007, 160, 8).

34) Z kolei Juande Ramos nie ukrywał, że po stracie gola i zawodnika, marzył już tylko o „dowiezieniu” remisu (2007, 54, 16).

Cudzysłów w oczywisty sposób wskazuje na obcość wykorzystywanych słów i jest formą dystansowania się nadawcy do własnej wypowiedzi. Trzeba przy tym zaznaczyć, że wszystkie omawiane w tym rozdziale środki językowe pełnią funkcję takich⁷ „cudzysłówów”, **pozostających w sferze mentalnej** (w języku bowiem są konkretne słowa, które odbiorca musi zinterpretować jako „cudzysłów”).

⁷ To również znacznik iluzji.

Dalsze przykłady posłużą do pokazania, że znacznikami iluzji mogą być nie tylko konkretne środki językowe typu „jak”, „podobny”, „można powiedzieć” czy „prawdziwy”, ale także wyrazy, które zazwyczaj takiej funkcji nie pełnią.

35) Imponujące jest to, że nie zapomina o swoich współpracownikach, z którymi wspiał się na **żeglarski** Everest (2007, 106, 11).

36) Czy Grecy pokażą swój charakter, ale poparty dobrą organizacją gry, spokojem, taką chłodną kalkulacją, czy też wdadzą się z Francuzami w **piłkarską** wojnę, w której są raczej na straconej pozycji (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004).

37) Wisła to temat na osobne nawet nie opowiadanie, ale powieść. Zmiany, czystki, powroty i karuzela **trenerów** (2007, 111, 4).

38) Zgodnie z przewidywaniami sukcesy Roberta Kubicy pobudziły wyobraźnię wielu kierowców z krajowego podwórka **wyścigowego** (2007, 4, 13).

39) Do pełni szczęścia przydałby się jeszcze klasowy reżyser **gry**, gdyż nie sposób nie zauważyć, że takiego gracza nadal nie ma w zespole łódzkiego beniaminka (2007, 33, 8).

40) W drugim secie pojawił się na zagrywce przy stanie 10:10 i rozpoczął serial **serwisów**, wyprowadzając swój zespół na prowadzenie 14:10 (2007, 16, 12).

Uważam, że zaznaczone w cytatach 37–40 wyrazy można uznać za znaczniki iluzji w kontekście, w jakim się pojawiają. Każdy z nich pełni bowiem funkcję zastrzeżenia, że zastosowana konceptualizacja nie wskazuje utożsamienia np. piłkarza z reżyserem czy serii serwisów w siatkówce z serialem. Powyższe zdania dają się interpretować za pomocą formułki *rzekłbyś, że to taki..., tylko że..., a nie prawdziwy* (formułka celowo zachowuje cechy stylu potocznego):

41) Imponujące jest to, że nie zapomina o swoich współpracownikach, z którymi wspiał się na **żeglarski** Everest (2007, 106, 11)

= (Myślę o sukcesach w żeglarskim) – rzekłbyś, że to taki Everest, tylko że żeglarski, a nie prawdziwy.

42) Czy Grecy pokażą swój charakter, ale poparty dobrą organizacją gry, spokojem, taką chłodną kalkulacją, czy też wdadzą się z Francuzami w **piłkarską** wojnę, w której są raczej na straconej pozycji (Janusz Basałaj, ME w piłce nożnej, TVP2, 25.06.2004)

= (Myślę o meczu piłkarskim) – rzekłbyś, że to taka wojna, tylko że piłkarska, a nie prawdziwa.

43) Wisła to temat na osobne nawet nie opowiadanie, ale powieść. Zmiany, czystki, powroty i karuzela **trenerów** (2007, 111, 4)

= (Myślę o zmianach trenerów w Wiśle Kraków) – rzekłbyś, że to taka karuzela, tylko że trenerów, a nie prawdziwa.

44) Zgodnie z przewidywaniami sukcesy Roberta Kubicy pobudziły wyobraźnię wielu kierowców z krajowego podwórka **wyścigowego** (2007, 4, 13)

= (Myślę o polskich sportach motorowych) – rzekłbyś, że to takie podwórko, tylko że wyścigowe, a nie prawdziwe.

45) Do pełni szczęścia przydałby się jeszcze klasowy reżyser **gry**, gdyż nie sposób nie zauważyć, że takiego gracza nadal nie ma w zespole łódzkiego beniaminka (2007, 33, 8)

= (Myślę o piłkarzu) – rzekłbyś, że to taki reżyser, tylko że gry, a nie prawdziwy.

46) W drugim secie pojawił się na zagrywce przy stanie 10:10 i rozpoczął serial **serwisów**, wyprowadzając swój zespół na prowadzenie 14:10 (2007, 16, 12)

= (Myślę o serii serwisów) – rzekłbyś, że to taki serial, tylko że serwisów, a nie prawdziwy.

Zastosowanie zaproponowanej przeze mnie (inspirowanej cytowanym wyżej artykułem Anny Wierzbickiej) formuły interpretacyjnej powoduje, że bardzo dobrze widać mechanizm obnażania przez tego typu znaczniki iluzji metaforycznego sensu pryzmatów konceptualnych zastosowanych w podanych cytatach.

Znaczniki iluzji nie muszą być całkowicie eksplicitnie wyrażane – mogą mieć charakter eliptyczny jak w poniższym cytacie:

47) **To była** walka! Podczas meczu Valencii z Barceloną (2:1) sędzia rozdał 8 żółtych i 2 czerwone kartki (2007, 42, 1).

W wykrzyknieniu „to była walka” elementem pominiętym może być słowo „prawdziwa” („to była prawdziwa walka!”) lub „dopiero” („to dopiero była walka!”). Nie ulega wątpliwości, że działanie wyelidowanej zawartości zdania jest takie samo jak w przypadku pozostałych znaczników.

W badanym materiale znalazłem także przykład całego wypowiedzenia w funkcji znacznika iluzji:

48) Mecze z Azerbejdżanem i Armenią mają przynieść Polsce tak cenne punkty w walce o Euro 2008. Ale poza tym, dla wielu zawodników będzie to mecz udowodnienia kibicom i trenerom, że nie zardzewieli, że jeszcze żyją. **W sensie piłkarskim**. Bo że w ogóle dobrze sobie żyją, nikt w to nie wątpi (2007, 67, 5).

Zaznaczony pogrubieniem równoważnik zdania wyjaśnia metaforę w taki sam sposób, jak robią to przytaczane wyżej słowa typu „piłkarski”, „żeglarski”, „wyścigowy” – wskazuje metaforyczność słowa-pryzmatu, ograniczając zasięg konceptualizacji do życia zawodowego piłkarzy. Takie uzupełnienie także jest wyrazem niepewności co do stosowności przenośni.

5.4. Znaczniki iluzji a punkt widzenia

We wszystkich omawianych przeze mnie wyżej przypadkach znaczniki iluzji wpływają również na zawarty w wypowiedzi punkt widzenia. Zgodnie z ustaleniami z rozdziału pierwszego, każda wypowiedź, bez względu na zastosowane środki obrazowania, jest nośnikiem osobistego punktu widzenia. Można by rzec, że jest naznaczona piętnem podmiotu wypowiadającego słowa. Nawet użycie

konwencjonalnego sposobu językowego konceptualizowania rzeczywistości jest wskaźnikiem indywidualnych uwarunkowań nadawcy. Można wręcz przypuszczać, że za każdą wypowiedzią kryje się presuponowana formuła *mówię, że...*⁸ (będąca, moim zdaniem, kontynuacją, czy może raczej asymetryzującym odbiciem, formuły *myślę, że...*⁹). Skoro zaś *mówię, że...*, to znaczy, że *przekazuję mój punkt widzenia (i chcę, żeby inni go zaakceptowali* – na tym, między innymi, polega „kooperacyjna” rywalizacja perspektyw w komunikacji).

Metafora, jako jeden z ciekawszych nośników punktu widzenia, dzięki zastosowaniu znaczników iluzji zostaje nie tylko odarta ze wzniosłości, ale również zdemaskowana jako obca, reprezentująca punkt widzenia innego, nie zaś nadawcy. Gdy zastosowany pryzmat konceptualny reprezentuje konwencjonalny punkt widzenia, nie ulega wątpliwości, że znacznik iluzji wplatany w tok wypowiedzi oznajmia osobisty stosunek mówiącego do wypowiadanych słów. Jest to ponad wszelką wątpliwość element oceny utrwalonej społecznie metafory. Dzieje się tak, ponieważ omawiane powyżej w tym rozdziale środki językowe wytwarzają napięcie między tym, co *moje* (komunikat), a tym, co *obce* (metafora). Powstająca w ten sposób opozycja *swój-obcy* wywołuje u mówiącego podmiotu poczucie dyskomfortu, którego wyrazem jest właśnie odpowiedni znacznik iluzji, pełniący funkcję asekuracyjną, zabezpieczającą przed ewentualnym zarzutem niestosowności (w przypadku takiej oceny ze strony odbiorcy nadawca może bronić się, wskazując, że sygnalizował obcość zastosowanej konceptualizacji).

O funkcjonującej w świadomości użytkowników języka opozycji *swój-obcy* Maria Peisert pisała, że

należy zapewne do najstarszego sposobu charakteryzowania człowieka, w którym *swój* znaczy: *jest lepszy, wartościowszy*, w przeciwieństwie do *obcego*, który stoi niżej w hierarchii konkretnej grupy i *jest mniej wartościowy, gorszy*. Wynika to z tego, że w subiektywno-emocjonalnym rejestrze języka istnieje założenie aksjologicznej wspólnoty świata nadawcy i odbiorcy. Wynikające z tego wartościowanie zakłada uproszczony, binarny rozkład wartości, z prostą aksjologią: *swój/nasz* = pozytywny; *obcy* = negatywny [Peisert 2004: 100].

Punkt widzenia ukazany przez użycie znaczników iluzji jako obcy przejmuje zatem wartościowanie z owej opozycji. Staje się *gorszym, mniej wartościowym*.

Reakcją odbiorcy na wtrącony w komunikat znacznik iluzji jest **współodczuwanie obcości czy też niestosowności metafory**. Wynika to z empatycznego charakteru odbioru – reagujemy na stany mentalne innych ludzi, reprezentowane przez ich wypowiedzi (ponownie konceptualizacja językowa jako odbicie, czy też cień konceptualny opracowania mentalnego). Uzasadnieniem tego zjawiska może być istnienie tzw. **neuronów lustrzanych** (odkrytych przez włoski zespół

⁸ Podobne przekonanie wyraża w cytowanym wyżej artykule A. Wierzbicka.

⁹ Wiąże się to z dostrzeżonym i badanym przez Andrzeja Kudrę zjawiskiem tzw. **cienia konceptualnego**, który, na poziomie komunikacyjnym, jest relacją „między konceptualizacją mentalną a konceptualizacją językową. *Cieniem* jest konceptualizacja językowa” [Kudra 2010: 7].

badawczy pod kierunkiem Giacomo Rizzolattiego [za: Kudra 2010: 5]), będących prawdopodobną przyczyną zachowań mimetycznych czy też symulacyjnych występujących u wszystkich naczelnych. Jak pisze Andrzej Kudra:

dzięki neuronom lustrzanym ludzie podobnie się zachowują, myślą i odczuwają. [...] Neurony lustrzane umożliwiają mentalne „czytanie” i „odtworzenie” zachowań innego mózgu – i tak, gdy jeden człowiek zaczyna coś pisać, to drugi automatycznie naśladuje tę czynność w swoim mózgu. Takie „zachowania” są wrodzone, gdyż taka jest natura naszego umysłu [Kudra 2010: 5].

Teoria neuronów lustrzanych pozostaje w zgodzie z teorią empatii i teorią języka jako symulatora. Być może to właśnie te części mózgu zapewniają zdolność człowieka do przyjmowania punktu widzenia *innego*, sprawiając, że komunikacja staje się konkurencją perspektyw (kto ostatecznie utrwali swój sposób postrzegania świata, zyska przewagę nad pozostałymi).

Warto nadmienić, że metafory najbardziej skonwencjonalizowane, o najwyższym stopniu powtarzalności, nie są opatrywane znacznikami iluzji. Mogłoby to sugerować, że odczuwanie stosowanych pryzmatów konwencjonalnych jako nie-metaforycznych nie wywołuje potrzeby odcięcia się od wprowadzanej przez nie konceptualizacji. Jeśli bowiem użytkownicy języka nie rozpoznają pryzmatu jako metafory, trudno jest wtedy mówić o jakimkolwiek dysonansie. Najczęściej powtarzające się przenośnie mają status nieodrodných sformułowań, które nikogo nie dziwią, a zatem także nikomu nie przeszkadzają.

Skoro znaczniki iluzji pomagają nadawcy zdystansować się od konwencjonalnego (ale nie w najwyższym stopniu) punktu widzenia, jaką funkcję pełnią, kiedy występują w sąsiedztwie pryzmatów reprezentujących osobistą perspektywę? Wydaje się, że podobną. Oczywiście jest, że metafory najbardziej oryginalne mogą nadawać wypowiedzi prymarnie nieartystycznej znamiona poetyczności. Nie zawsze jest to efektem pożądanym przez nadawcę¹⁰, dlatego podstawowym zadaniem środków językowych typu „można tak powiedzieć”, „jak gdyby”, „by tak rzec” itp. jest, wskazywane przez Jarosława Płuciennika, **la-godzenie wzniosłości**¹¹. Znaczniki iluzji do pewnego stopnia odbierają metaforze jej poetyckość. Zabieg taki ma na celu zaznaczenie, że autor pamięta o przeznaczeniu swojego tekstu, ale posuwa się do zastosowania niezwykłej przenośni, by lepiej wyrazić swoje myśli (zatem, jak wspominałem, znaczniki iluzji mogą sygnalizować poszukiwanie właściwego słowa czy środka wyrazu). Może to być

¹⁰ Kategoria *stosowności* jest jednym z kryteriów oceny zachowań komunikacyjnych jako kompetentnych. Jeśli przyjąć, że większość użytkowników języka woli uniknąć posądzeń o brak kompetencji komunikacyjnej, wówczas zrozumiałe stają się zastosowania znaczników iluzji nie tylko w tekstach dziennikarskich, ale także w wypowiedziach potocznych.

¹¹ Wzniosłość wiąże się bezpośrednio ze stosownością, ponieważ w niektórych kontekstach może być stosowna, w innych już nie (wchodzą tu w grę również różne stopnie wzniosłości, dopuszczalne w zależności od kontekstu).

swoista prośba o wybaczenie, że nadawca pozwala sobie na zbytne popuszczenie wodzy wyobraźni tworząc tekst, który przecież ma być neliteracki.

Drugim celem używania znaczników iluzji w odniesieniu do pryzmatów będących nośnikami osobistego punktu widzenia (w badanym materiale jest to najczęściej cudzośłów, np. „legia cudzoziemska”, „patelnia”, lub określenie typu „żeglarski”, „piłkarski”, „koszykarski”) jest paradoksalnie także chęć odcięcia się od własnej wypowiedzi. Nadawca bowiem, odczuwając nadmierną zuchwałość sformułowania oraz obawiając się oskarżenia o niestosowność (bądź nietrafność konceptualizacji), pozoruje obcość metafory (zupełnie jakby przytaczał cudze słowa).

Ponieważ, jak wyżej wspominałem, przenośnia implikuje „puszczenie oka” do odbiorcy, znaczniki iluzji wzmacniają ten efekt, sygnalizując *explicite* umowność przyjętego przez nadawcę sposobu obrazowania sytuacji za pomocą niekonwencjonalnego pryzmatu.

Na koniec pozostaje jeszcze kwestia opozycji kreator-obszawator. Wydaje się, że znaczniki iluzji nie odnoszą się do tego rodzaju punktu widzenia. Chociażby w przykładzie 30 „prawdziwa eksplozja” nie jest sposobem na podważenie stosowności wykorzystania perspektywy podmiotu kształtującego swój świat. Pojawia się ona bowiem obligatoryjnie ze względu na model metaforyczny, do którego odwołuje się przenośnia (WOJNA). Ponieważ sport jest postrzegany jako pole aktywności ludzkiej, gotowość percepcyjna użytkowników języka pozwala na stosowanie pryzmatów reprezentujących punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat bez konsekwencji w postaci powodowania dysonansu. Znaczniki iluzji kwestionują bowiem stosowność metafory ze względu na jej niezwykłość, zbytnią wzniosłość czy też po prostu nietrafne zestawienie obiektów, pozostawiając perspektywę kreatora-obszawatora nietkniętą jako swoisty produkt uboczny przenośni.

Podsumowanie

Analiza zebranego materiału doprowadziła do ciekawego spostrzeżenia – w niektórych przypadkach stosowania metafor nadawcy zdawali się dążyć do zdystansowania się wobec własnych słów, jakby nie przyznawali się do nich. Efekt taki osiągnęli poprzez używanie środków językowych, które Jarosław Płuciennik określa jako **znaczniki iluzji**. Termin ten wykorzystywany jest w kontekście teorii empatii, która naturalnie wpisuje się w moją koncepcję komunikacji jako narzucania punktów widzenia. Znacznikami iluzji są słowa i wyrażenia typu „jak gdyby”, „tzw.”, „można powiedzieć”, „by tak rzec” „niczym”, „ten”, „taki”, „jakby” itp. Zaliczam do nich również odnalezione w obu moich korpusach tekstów sformułowania „absolutnie”, „mówiąc językiem [kolarskim, piłkarskim itd.]” oraz niektóre słowa w pewnych kontekstach pełniące funkcję znaczników iluzji, jak np. „piłkar-

ski” („piłkarska uczta”), „żeglarski” („żeglarski Everest”), „...trenerów” („karuzela trenerów”). Taką samą rolę mogą odgrywać nawet całe wypowiedzenia, jak równoważniki zdań (np. „dla wielu zawodników będzie to mecz udowodnienia kibicom i trenerom [...], że jeszcze żyją. *W sensie piłkarskim*”).

Znaczniki iluzji **zmniejszają wzniosłość wypowiedzi** oraz **sugerują obcość** wykorzystanej w tekście **konceptualizacji**. Służą zatem dystansowaniu się nadawcy do własnych słów. Tym sposobem odbiorca zostaje niejako uprzedzony, że w danym momencie patrzy „przez gogle” nie nadawcy, lecz kogoś innego.

W odniesieniu do metafor omawiane w tym rozdziale środki językowe są bardzo ważne, ponieważ ujawniają metaforyczność wypowiedzi. Jak uważa cytowana wyżej Anna Wierzbicka, przenośnia ma negacyjną strukturę głęboką, która pozwala uniknąć oskarżenia o absurd. Każda metafora presuponuje podobieństwo, nie zaś tożsamość obiektów (literalne jej potraktowanie prowadziłoby do wniosku, że „*A jest B*” w sensie dosłownym, co jest niemożliwe). Stąd też zaproponowana przez badaczkę formuła interpretacyjna, którą można stosować dla eksplikowania przenośni: *rzekłbyś, że to nie..., lecz...* (forma *rzekłbyś* jest śladem narzucania przez nadawcę swojej perspektywy). Przyjęcie takiej interpretacji przez odbiorcę jest konieczne, gdyż w innym przypadku poprawne rozumienie komunikatu staje się niemożliwe.

Ponieważ metafora zawiera negację jedynie w strukturze głębokiej, a na powierzchni sugeruje w istocie identyczność zestawianych obiektów lub dziedzin, można uznać, że dzięki temu wytwarzana jest **iluzja** ich tożsamości. Zadaniem odbiorcy jest dotarcie do ukrytej negacji, by nie ulec owemu złudzeniu.

Znaczniki iluzji ułatwiają to zadanie. Demaskują metaforyczność wypowiedzi, sprowadzając ją do źródła. **Relację metaforyczną bowiem zmieniają w porównaniową**, eksplicytnie wyrażając to, co w przenośni jest ukryte. Dystans nadawcy do wypowiadanych słów musi stać się udziałem odbiorcy, by można było mówić o czynnościach identyfikacyjnych. Ważne jest zatem, aby odbiorca nie przeoczył tego „mentalnego cudzysłowu”.

Odarcie metafory z jej wzniosłości nie jest jedynym efektem użycia znaczników iluzji. Równie ważna jest operacja, jaka dokonuje się wówczas na punkcie widzenia, zakodowanym w przenośni. Skoro mowa o dystansowaniu się do wykorzystanej konceptualizacji, jasne jest, że dotyczy to także reprezentowanej w tekście perspektywy. Znaczniki iluzji w odniesieniu do konwencjonalnych przymatów konceptualnych wskazują **obcość** wobec nadawcy utrwalonego społecznie punktu widzenia. Jest to jawny wyraz indywidualnego, osobistego stosunku mówiącego (piszącego) do wykorzystywanej przez niego konceptualizacji. Ulega ona negatywnej **ocenie** wynikającej z utrwalonej w świadomości użytkowników języka opozycji *swój-obcy*, zgodnie z którą *obcy* = *gorszy, mniej wartościowy*.

Dzięki istnieniu tzw. **neuronów lustrzanych** odbiorca reaguje na znaczniki iluzji **współodczuwaniem obcości lub niestosowności metafory**. Wrodzona ludzkiem tendencja do symulowania zachowań innych ludzi jest źródłem empatii,

dzięki której w danym momencie nadawca i odbiorca jednoczą się we wspólnym postrzeganiu sytuacji. Jest to ważne, ponieważ naga metafora, nieopatrzona znacznikiem iluzji, wskazywałaby, że nadawca przyznaje się do wykorzystanego sposobu obrazowania. W przypadku poczucia niestosowności metafory odbiorca automatycznie zająłby stanowisko przeciwne wobec nadawcy. Zaznaczenie dystansu do użytej przenośni jest więc w takich przypadkach konieczne dla zbudowania wspólnoty, nawiązania nici porozumienia między uczestnikami aktu komunikacji.

W odniesieniu do pryzmatów reprezentujących osobisty punkt widzenia znaczniki służą **lagodzeniu wzniosłości** (im oryginalniejsza metafora, tym bardziej poetycka wydaje się wypowiedź, co może być niekorzystne w tekstach nieartystycznych). Jest to więc forma asekuracji przed oskarżeniem o nadmierne folgowanie porywom wyobraźni. Jednocześnie nadawca osiąga w ten sposób efekt zaznaczenia umowności zastosowanej przez siebie konceptualizacji. Odbiorca nie może mu wówczas zarzucić nadmiernej zuchwałości w obrazowaniu, ponieważ znacznik iluzji zastrzega, że komunikat należy traktować z przymrużeniem oka (co wiąże się z ujawnianiem przez omawiane w tym rozdziale środki językowe metaforyczności pryzmatów konceptualnych).

Należy także pamiętać, że znaczniki iluzji kwestionują stosowność bądź trafność odwzorowania metaforycznego, nie odnoszą się natomiast do zasadności wykorzystania punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat lub obserwatora. W przypadku perspektywy kreatora nie ma w tym nic dziwnego – sport jest dziedziną aktywności wyłącznie ludzkiej i tak też jest postrzegany oraz obrazowany. Nie ma więc mowy o wywoływaniu przez pryzmaty reprezentujące punkt widzenia podmiotu kształtującego swój świat dysonansu, wzbudzającego poczucie niestosowności metafory. Gotowość percepcyjna użytkowników języka sprawia, że wydaje się on nieunikniony w związku z obrazowaniem sytuacji związanych ze sportem.

Rozdział 6

WNIOSKI KOŃCOWE

Jak wynika z rozważań w rozdziale pierwszym, ludzki proces poznania ma charakter aktywny i podmiotowy. Oznacza to, że nie jesteśmy jedynie biernymi rejestratorami danych zmysłowych. Informacje zbierane z otoczenia ulegają ciągłej obróbce, czego efektem jest choćby kategoryzacja świata. Podmiotowość poznania wskazuje zaś wprowadzona w psychologii tzw. **zasada top-down**, zgodnie z którą proces kognicji jest sterowany odgórnie przez umysł podmiotu poznającego. **Gotowość percepcyjna** sprawia, że to, co spostrzegamy, zostaje do pewnego stopnia uzależnione od naszych oczekiwań. Tym samym można uznać, że proces kognicji zatacza krąg – nasze oczekiwania, cele, przesady i uwarunkowania kulturowe wpływają na odbiór danych zmysłowych, z kolei informacje pochodzące z narządów zmysłów mogą modyfikować późniejszą gotowość percepcyjną (choćby przez zmianę kategorii, którymi dysponujemy, lub powoływanie nowych pojęć).

Podmiotowość ludzkiego poznania uznałem za podstawę do stwierdzenia, że **nie można wyzbyć się własnego punktu widzenia**. Poznajemy **zawsze** ze swojej perspektywy. Istotność kategorii punktu widzenia dla moich rozważań znalazła wyraz w próbie jej zdefiniowania. W tym celu przytoczyłem wiele stanowisk, m.in. Jerzego Bartmińskiego, Andrzeja Kudry, komunikatywizmu – Aleksego Awdiejewa i Grażyny Habrajskiej, Renaty Przybylskiej, Swietłany Michajłownej Tolstej), opowiadając się za traktowaniem omawianej kategorii jako *sposobu* widzenia (Tolstaja), a więc ujmowania świata, jego interpretacji aksjologicznej, światopoglądowej i ideologicznej. Przyjąłem także, za Jarosławem Płuciennikiem, tożsamość terminów *punkt widzenia* i *perspektywa* (analiza wyodrębnianej m.in. przez komunikatywizm i Andrzeja Kudrę kategorii *punktu obserwacji* wykazała, że mieści się ona w przyjętym ujęciu punktu widzenia).

Niemożliwość wyzbycia się własnego punktu widzenia sprawia, że każda wypowiedź staje się wyrazem indywidualnych uwarunkowań podmiotu. Bez względu na to, jakie podejmie się próby, nie można pozbawić komunikatu cech podmiotowości – zawsze bowiem jest on konstruowany z czyjejś perspektywy. Wiąże się to z istnieniem dwóch podstawowych typów punktu widzenia

– **konwencjonalnego** (przyjętego społecznie, utrwalonego, powszechnie akceptowanego i stosowanego) oraz **osobistego** (określonego podmiotowo, zindywidualizowanego). Nawet jednak wybór tradycyjnego sposobu obrazowania wskazuje na perspektywę nadawcy, gdyż musi być czymś spowodowany.

Takie założenie prowadzi do konstatacji, że nadawca **narzuca** odbiorcy swój punkt widzenia, który musi zostać przyjęty (choć niekoniecznie zaakceptowany), by komunikat stał się możliwy do zrozumienia. Wymóg ten wynika z zaproponowanych przez Jarosława Płuciennika teorii **empatii i języka jako symulatora**. Odbiorca jest w nich opisywany jako ten, który musi zgodzić się na spojrzenie na świat „przez gogle” innego (a więc nadawcy), co z kolei prowadzi do identyfikacji (lecz nie identyczności!) z owym innym (tu także zaznacza się podmiotowość doświadczeń, ponieważ nawet patrząc na świat z cudzej perspektywy jedynie **wyobrażamy** ją sobie – całkowite przejęcie punktu widzenia innego oznaczałoby tożsamość z nim, a to jest, rzecz jasna, niemożliwe). Zdolność do empatii ma zaś empiryczne uzasadnienie w teorii tzw. **neuronów lustrzanych** (odkrytych w latach 90. XX w.) – to ich funkcjonowanie w mózgu człowieka (i innych naczelnych) decyduje o jego tendencji do naśladowania (symulowania) zachowań drugiego człowieka. Nie oznacza to jednak konieczności zaakceptowania punktu widzenia nadawcy. Odbiorca może poddać go krytycznej analizie, a następnie odrzucić – dochodzi wówczas do **negocjacji perspektyw**.

Takie rozumienie wymiany punktów widzenia wiąże się z przyjęciem koncepcji **komunikacji jako nieustannej rywalizacji punktów widzenia** (a, co za tym idzie, również obrazów świata). Większa powtarzalność przy mniejszej liczbie transformacji jest wyznacznikiem siły danego sposobu postrzegania świata. Tym samym często powtarzane punkty widzenia utrwalają się i nabierają znamion kulturowej konwencjonalizacji (stąd sygnalizowana konieczność odróżniania perspektyw konwencjonalnej i osobistej).

Ciekawym przypadkiem obecności punktu widzenia w tekście jest **metafora**. Twierdzenie o jej uprzedniości wobec podobieństwa (a nawet tworzeniu przez metaforę podobieństw) jest w dużej mierze nietrafione. By mogła powstać metafora, niezbędne jest **dostrzeżenie przez mówiącego podobieństwa między dwoma obiektami**. Tym samym za słuszne uznaję stwierdzenie Andrzeja Kudry, że porównanie jest podstawą przenośni.

Powyższe twierdzenie wiąże metaforę z Amosa Tversky’ego koncepcją **asymetrii relacji podobieństwa**, według której dwa obiekty uznane za podobne do siebie różnią się stopniem owej relacji – innymi słowy zawsze uważamy jeden obiekt za bardziej podobny do innego niż odwrotnie (np. syna uznamy za podobnego do ojca, natomiast nie powiemy o ojcu, że jest podobny do syna). Wynika to z różnic w wyrazistości poszczególnych elementów rzeczywistości – obiekty mniej wyraziste porównywane są do tych bardziej wyrazistych. Uważam, że jest to spowodowane **bliskością doświadczeniową**, dzięki której to, z czym

mieliśmy częściej do czynienia, a więc jest nam lepiej znane, łatwiej może być wykorzystywane do interpretowania, do „oswajania” świata.

Dzięki istnieniu tego zjawiska, a także w związku z funkcjonowaniem tzw. **przestrzeni cech** [Tversky], można uznać, że podobieństwo może ulegać **profilowaniu** – obiekty zestawiane są ze sobą ze względu na pojedyncze przestrzenie cech, które w danym momencie są dla nadawcy korzystne do uwypuklenia (a więc służy to realizacji konkretnych celów).

Logicznym wnioskiem z powyższych rozważań wydaje się uznanie, że podobieństwo postrzegane jest **zawsze z czyjegoś punktu widzenia**. Ponieważ zaś stanowi ono, jak sygnalizowałem, podstawę metafory, zatem nieunikniona jest konstatacja, że przerośnięta staje się nośnikiem perspektywy postrzegania. Wynika z tego także **jednokierunkowość** odwzorowań metaforycznych przejawiająca się niemożliwością odwrócenia metafory (oczywiście da się ją odwrócić, zwłaszcza w myślach, ale efekt będzie najprawdopodobniej niezrozumiały dla odbiorcy). Wyrazistość obiektów będących źródłami przerośnięcia (jest z nimi związanych więcej stereotypów lub po prostu skojarzeń, dzięki czemu dobrze nadają się do wyjaśniania mniej wyrazistych zjawisk) sprawia, że pewne metafory są częściej powtarzane, przez co utrwala się i zyskują status nośników konwencjonalnego punktu widzenia.

W dalszej części moich rozważań wydzieliłem **dwa poziomy** metafor. Pierwszym z nich są tzw. **modele metaforyczne**. Termin ten zaczerpnąłem od Jörgea Zinkena. Nazywa on tak dziedziny wprowadzane do odwzorowania metaforycznego jako domeny źródłowe (wiąże się to z cechą przerośnięcia sprawiającą, że zestawieniu ulegają nie tylko konkretne obiekty, ale także całe dziedziny przez nie reprezentowane). Modele metaforyczne są blisko związane z pojęciami metaforycznymi George’a Lakoffa i Marka Johnsona oraz z ramami interpretacyjnymi Waltera Onga. Zdecydowałem się na terminologię Zinkenowską, ponieważ od tego badacza zaczerpnąłem także kategorie **punktu widzenia podmiotu kształtującego swój świat** i **punktu widzenia obserwatora**. Wiążą się one z dwoma tendencjami użytkowników języka – do postrzegania świata i zachodzących w nim wydarzeń czy stanów rzeczy jako zależnych bądź niezależnych od działań ludzkich (co bezpośrednio wpływa na możliwość wskazywania osób odpowiedzialnych za zaistnienie lub niezastnienie danego stanu rzeczy).

Drugim wyróżnionym przeze mnie poziomem odwzorowań metaforycznych jest poziom tzw. **pryzmatów konceptualnych**. Zaproponowałem ten termin na określenie pojedynczych wyrazów (bądź ich połączeń) decydujących o obecności metafory w danym wypowiedzeniu. Zauważyłem bowiem, że przerośnięcia ma swoje źródło w użyciu słowa w niezwykłym dla niego kontekście. Przywoływany w drugim rozdziale Max Black nazywał takie słowa *źródłami* metafor. Zdecydowałem się jednak na wprowadzenie nowego terminu, ponieważ uważam, że „pryzmat” trafniej oddaje specyfikę omawianego

zjawiska. Podobnie jak pryzmaty optyczne, wyrazy, o których piszę, mogą zmieniać obraz opisywanego przez nadawcę obiektu przez zwrócenie uwagi odbiorcy na jakiś aspekt lub pojedynczą cechę (choć może to być także zestaw cech) tegoż obiektu (dokładnie jak pryzmat optyczny, który rozszczepia wiązkę światła). Takie ujęcie cech słów postrzeganych jako źródła metafor pozostaje w zgodzie z ustaloną wyżej zdolnością metafor do profilowania podobieństwa (polega ono również na podświetlaniu niektórych cech obiektów, a ukrywaniu innych).

Pryzmaty konceptualne były dla mnie ważne także pod względem metodologicznym, ponieważ są śladami postrzegania świata zapisanymi w języku. Jak wiadomo, procesy mentalne zachodzące w umyśle człowieka są nieweryfikowalne. Jedyne, co pozostaje badaczowi, to poszukiwanie ich odbicia (asymetryzującego, jak chce Andrzej Kudra) w konceptualizacji językowej. Właśnie pryzmaty uczyniłem obiektem swoich badań, zmierzających do wskazania, w jaki sposób punkt widzenia nadawcy ujawnia się w metaforze.

Bazą materiałową były dla mnie wypowiedzi komentatorów sportowych w radiu i telewizji oraz dziennikarzy prasowych (PS). Uznałem bowiem, że język mówienia i pisanie o wydarzeniach sportowych jest świetnym źródłem przykładów nie tylko zastosowań przenośni, ale także narzucania perspektywy postrzegania. Dzieje się tak dlatego, że w mediach mamy do czynienia ze specyficzną sytuacją komunikacyjną. Zdecydowanie faworyzuje ona nadawcę (role nadawcy i odbiorcy są niesymetryczne), ponieważ nie występuje w niej sprzężenie zwrotne bezpośrednie. Dzięki temu nie ma możliwości podjęcia negocjacji punktów widzenia. Taki układ sił powoduje, że stosunkowo łatwo jest stosować w mediach techniki perswazji, również te związane z manipulowaniem perspektywą postrzegania (na przykład przedstawianie opisywanej sytuacji pozornie z punktu widzenia przeciętnego odbiorcy za pomocą mechanizmów **empatii i identyfikacji**, dzięki którym uzyskuje się efekt przybliżenia do odbiorcy, wcielenia się w jego rolę, czy też spojrzenia na świat jego oczami, podczas gdy w rzeczywistości przedstawiony zostaje punkt widzenia nadawcy – Paweł Nowak i Ryszard Tokarski nazywają to **kreowaniem sytuacji pragmatycznej**). Wszystko to sprawia, że w mediach nieustannie dokonuje się interpretacja świata, a jej wyniki zostają narzucone masowemu odbiorcy (zupełnie jak w przypadku dzieła literackiego musi on przyjąć spojrzenie na świat „przez gogle” nadawcy, który staje się pośrednikiem między zdarzeniem a odbiorcą).

W związku z powyższymi ustaleniami moje oczekiwania wobec tekstów dziennikarskich zakładały obecność stosunkowo dużej liczby metafor. W przypadku komentatorów sportowych sytuacja sprawozdania „na żywo” sprawia, że mówiący podlega działaniu silnych emocji. Można więc było spodziewać się sporej grupy przenośni wyrażających osobisty punkt widzenia, oryginalnych i nietuzinkowych. Dodatkową przyczyną takich oczekiwań była presja ciężąca na komentatorach, by urozmaicać przekaz i czynić go bardziej atrakcyjnym (jest to niezwykle

ważne zwłaszcza w radiu, gdyż słuchacze nie widzą przebiegu wydarzeń, zatem metafora gogli nadawcy staje się w tym przypadku podwójnie trafna). Ponieważ dziennikarz prasowy nie relacjonuje zdarzeń „na żywo”, nie podlega też tak silnym emocjom. Jego teksty są zatem bardziej stonowane i przemyślane, co każe przypuszczać, że również metaforyka będzie w większym stopniu powściągliwa. Analiza obu korpusów tekstów (radiowo-telewizyjnego i prasowego) wykazała słuszność moich predykcji.

Efektem przeprowadzonego badania było odnalezienie w zebranych materiale dziesięciu modeli metaforycznych: WOJNA, ROZRYWKA, GOSPODARKA, BUDOWNICTWO, RELIGIA, MECHANIKA, MOTORYZACJA, ŻEGLUGA, NAUKA i HAZARD (trzy ostatnie pojawiły się tylko w korpusie prasowym). Frekwencja wymienionych modeli wykazała, że konwencjonalny punkt widzenia na tym poziomie ujawnia się tylko w przypadku WOJNY i ROZRYWKI. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że modelem zdecydowanie najczęściej wykorzystywanym, a zatem również najbardziej utrwalonym, jest WOJNA (48,17% metafor w materiale radiowo-telewizyjnym i aż 77,45% w materiale prasowym). Ponadto wyróżniłem pewną (stosunkowo dużą) grupę pryzmatów, których nie zaliczyłem do konkretnych modeli metaforycznych (ze względu na trudność w ich wskazaniu i nazwaniu).

Analiza ukazała obraz sportu jako **dziedziny aktywności wybitnie ludzkiej** (wyraźna przewaga perspektywy podmiotu kształtującego swój świat zarówno na poziomie modeli, jak i na poziomie pryzmatów konceptualnych) oraz jako **poła działań typowo agonistycznych** (dominacja pryzmatów „wojennych” powoduje, że najczęściej uwypuklane są cechy sportu związane z rywalizacją). Ludyczny aspekt sportu jest drugą jego przestrzenią cech najczęściej profilowaną w metaforyce dziennikarzy sportowych. Można zatem wnioskować, że powyższe cechy **najsilniej oddziałują** na wyobraźnię użytkowników języka. Każe to przypuszczać, że są one najważniejszymi, najbardziej podstawowymi (i eksponowanymi w uzusie) cechami omawianej dziedziny życia.

Wśród ważnych i ciekawych zjawisk odnotowanych przeze mnie w trakcie analizy materiału (i zobrazowanych odpowiednimi przykładami) na szczególne miejsce zasługuje spostrzeżenie, że punkty widzenia zakodowane na obu poziomach metafory nie muszą być ze sobą zgodne. Konwencjonalny model metaforyczny może być reprezentowany przez pryzmat wyrażający osobisty punkt widzenia (a więc rzadko wykorzystywana metafora) i odwrotnie – model niekonwencjonalny bywa wprowadzany za pomocą pryzmatu utrwalonego w świadomości użytkowników języka (model metaforyczny jest rzadko wykorzystywany, ale kiedy już się pojawia, to najczęściej za pośrednictwem tego właśnie pryzmatu – stąd konwencjonalizacja pryzmatu). Nazwałem to **krzyżowaniem punktów widzenia**. Ważne jest spostrzeżenie, że schemat skrzyżowanych perspektyw znacznie częściej pojawiał się w przypadku opozycji konwencjonalny-osobisty punkt widzenia. Pod względem przeciwstawienia

kreator-obszawator odnotowałem jedynie pojedyncze takie przypadki. Wynika stąd wniosek, że model metaforyczny wywiera duży nacisk w tej kwestii na poziom pryzmatów, sprawiając, że nadawca nie ma szczególnie dużego wyboru. Dlatego też widoczna była w badanym materiale przewaga perspektywy podmiotu kształtującego swój świat na poziomie pryzmatów (jako efekt analogicznego układu sił wśród modeli metaforycznych).

Innym ciekawym zjawiskiem są **nagromadzenia pryzmatów**, czyli ich występowanie w większej liczbie na przestrzeni jednego-dwóch zdań. Jeśli reprezentują one ten sam model metaforyczny, mogą zwiększać spójność wypowiedzi. Z kolei współwystępowanie pryzmatów wprowadzających różne modele jest sygnałem, że sport może być **jednocześnie, w tej samej chwili** postrzegany na różne sposoby bez strat dla zrozumiałości tekstu czy odczuwanej przez odbiorcę spójności.

Nagromadzenie pryzmatów konceptualnych pozostających w ramach tego samego modelu metaforycznego może powodować **rozciągnięcie metafory**. Obejmuje ona wówczas nieco większy fragment wypowiedzi, zyskując na szczegółowości i mocniej oddziałując na wyobraźnię odbiorcy. Rozszerzenie przenośni jest jej potwierdzeniem, wzmacnia ją i utwierdza.

Niektóre sposoby postrzegania i obrazowania sportu tworzą w pewnym sensie podsystemy w swoich modelach (co świadczy o ich **wewnętrznym usystematyzowaniu**), jak na przykład metafory odwołujące się do filmu, teatru i muzyki w ramach ROZRYWKI czy do biznesu, bankowości, przemysłu i giełdy w modelu GOSPODARKA, a także szkolnictwa i badań naukowych w modelu NAUKA. Uważam, że omawiane zjawisko nie jest przypadkiem i świadczy o kompleksowości zestawiania sportu z danymi dziedzinami oraz o wielości podobieństw, których nadawcy mogą się doszukiwać między domenami źródłowymi i domeną docelową.

Równie ciekawym zjawiskiem, co wyżej wymienione, jest **manipulowanie punktami widzenia**, przede wszystkim zaś na dwa sposoby. Pierwszym z nich jest wykorzystywanie strony czynnej i biernej pryzmatów czasownikowych w celu profilowania różnych elementów opisywanych zdarzeń. Strona czynna czasowników wzmacnia dominującą w obu korpusach tekstów perspektywę podmiotu kształtującego swój świat, ponieważ profiluje wykonawcę czynności i wszystko, co jest z nim związane. Dzięki temu wskazuje się go jako osobę bezpośrednio odpowiedzialną za zaistniały stan rzeczy (w przypadku sportowców może to być chociażby zasługa za zwycięstwo lub, z drugiej strony, przyczynienie się do porażki). Wykorzystywanie biernych form pryzmatów czasownikowych sprawia, że profilowaniu podlega część czynności bądź wydarzenia niezwiązana z wykonawcą. Odwraca się tym samym od niego uwagę, skupiając ją na innym elemencie sceny. Taki zabieg można wykorzystać choćby w celu odebrania zawodnikowi zasługi za zaistnienie korzystnej dla niego lub jego drużyny sytuacji.

Drugim sposobem manipulowania punktami widzenia jest opisywanie różnych wydarzeń za pomocą odpowiednich modeli metaforycznych, które wpływają na postrzeganie tych wydarzeń oraz na ich ocenę. Zobrazowałem to na przykładzie dwóch zawodów sportowych promowanych z wykorzystaniem odmiennych modeli – WOJNY i ROZRYWKI. Każdy z nich profiluje inne cechy sportu, wywołując różne skojarzenia, w inny sposób zachęcające do śledzenia przebiegu tychże wydarzeń (WOJNA zapowiada emocje agonistyczne, związane z rywalizacją, czyli wskazuje, że kibic może oczekiwać mocnych wrażeń, ROZRYWKA natomiast obiecuje przeżycia odpężające i radosne, promując zawody jako dobrą zabawę).

W materiale prasowym zaobserwowałem także spore **zróżnicowanie stopnia skonwencjonalizowania** poszczególnych pryzmatów. Ich frekwencja waha się na skali od 2 do 469 powtórzeń. Oczywiście jest, że pryzmaty pojawiające się na przykład dziesięciokrotnie, są słabiej utrwalone w świadomości użytkowników języka niż powtarzające się ponad 100 razy. Bliżej im jest raczej do pryzmatów reprezentujących osobisty punkt widzenia. Z tego względu przewagi konwencjonalnego punktu widzenia w prasie nie uznałem za oznakę braku inwencji twórczej dziennikarzy PS. Wynika ona raczej ze wspomnianej wyżej sytuacji komunikacyjnej, która nie wymaga od autorów prasowych nadmiernego dbania o atrakcyjność przekazu (oczywiście wymóg taki dotyczy dziennikarzy prasowych, ale w zupełnie inny sposób niż komentatorów, którzy bądź to mają być „oczami” odbiorców [radio] bądź też budować odpowiednią atmosferę transmisji wydarzenia sportowego).

Ciekawa jest również kwestia dystansowania się nadawców do stosowanej przez nich samych metaforyki. Za najważniejszą formę tego zjawiska uważam opisywane przez Jarosława Płuciennika **znaczniki iluzji**. Są to metadyskursywne i metakognitywne środki językowe typu „taki”, „jak gdyby”, „można powiedzieć”, „by tak rzec”, „jak to się mówi”. Wskazują one na metaforyczność wypowiedzi, wyrażając wprost to, co w przenośni jest implikowane, a więc podobieństwo między obiektami zamiast ich utożsamienia. Jest to swoiste sprowadzenie przenośni do jej źródła, czyli porównania (zgodnie z rozwijaną przez Andrzeja Kudrę teorią chiralności). Metafora poprzez swą strukturę powierzchniową wytwarza bowiem złudzenie tożsamości zestawianych obiektów. Właściwa interpretacja wypowiedzi wymaga od odbiorcy dotarcia do struktury głębokiej, w której (według Anny Wierzbickiej) zakodowana jest negacja, zwracająca uwagę na podobieństwo obiektów, powodujące **iluzję** ich tożsamości. Literalne potraktowanie przenośni prowadziłoby do uznania jej za oczywisty absurd. Znaczniki iluzji odkrywają to złudzenie, demaskując metaforę i ujawniając „puszczenie oka” do odbiorcy, jakie jest w niej inherentnie zawarte.

Te same środki językowe jednocześnie służą **łagodzeniu wzniosłości**, zwłaszcza w wypowiedzi prymarnie nieartystycznej. W ten sposób zmniejsza się

dysonans spowodowany nieadekwatnością formy wypowiedzi do jej tematyki (jest to aktualne szczególnie w przypadku tekstów dziennikarskich).

Równie ważną funkcją znaczników iluzji jest **sugerowanie obcości zastosowanej konceptualizacji**. Autor dystansuje się do swojej wypowiedzi, dając do zrozumienia, że jedynie przytacza cudzy punkt widzenia. Czyni to znaczniki iluzji środkami manipulacji perspektywą postrzegania. W odniesieniu do metafor konwencjonalnych obcość zawartego w nich punktu widzenia jest niepodważalna, a zastosowane znaczniki iluzji stanowią element oceny. Odwołują się bowiem do funkcjonującej w świadomości użytkowników języka opozycji *swój-obcy*, dostarczającej gotowego wzoru wartościowania. Zgodnie z nią *obcy* = *gorszy*, a więc konwencjonalna przenośnia ulega negatywnej ocenie. Jest to jawny wyraz indywidualnego, osobistego stosunku nadawcy do wykorzystywanej przez niego konceptualizacji. W przypadku pryzmatów reprezentujących osobisty punkt widzenia znaczniki iluzji wskazują na umowność wybranego sposobu obrazowania (są swoistymi **mentalnymi „cudzysłowami”**). Stanowią tym sposobem zabezpieczenie przed ewentualnym oskarżeniem o niestosowność, nietrafność lub nadmierną wzniosłość metafory.

Punkt widzenia jest zawarty w metaforze i staje się obiektem manipulacji (m. in. za pośrednictwem znaczników iluzji), służącej celom perswazyjnym. Możliwość ta wynika z agonistycznego charakteru komunikacji, która w istocie jest **rywalizacją punktów widzenia**. Teoria empatii wskazuje, że jako istoty symulujące nawzajem swoje zachowania ludzie podatni są na próby **narzucania perspektywy postrzegania** świata. Uwidacznia się to choćby w metaforze poprzez stosowanie odpowiednich pryzmatów konceptualnych reprezentujących całe modele metaforyczne (na obu tych poziomach przenośni zakodowane są punkty widzenia podlegające działaniom manipulacyjnym). Zapewnia to sterowalność ludzkim postrzeganiem oraz motywuje (zapewne podświadomie) do podejmowania prób utrwalenia własnej, indywidualnej konceptualizacji rzeczywistości.

BIBLIOGRAFIA

- Andrews P. [2009], *Dziennikarstwo sportowe. Praktyczny przewodnik*, przekł. M. Lorek, Kraków.
- Arystoteles [2004a], *Porównania*, [w:] idem, *Retoryka*, Księga III, [w:] *Retoryka, Retoryka dla Aleksandra, Poetyka*, przekł. Podbielski H., Warszawa, s. 180–181.
- Arystoteles [2004b], *Podział i ogólna charakterystyka części mowy*, [w:] idem, *Poetyka*, [w:] *Retoryka, Retoryka dla Aleksandra, Poetyka*, przekł. H. Podbielski, Warszawa, s. 350–352.
- Awdiejew A. [2004a], *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków.
- Awdiejew A. [2004b], *Kategoria obserwatora jako kategoria gramatyczna*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 103–112.
- Awdiejew A., Habrajska G. [2004], *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 1, Łask.
- Bakuła K. [2004], *W stanach dalekich od równowagi: mowa i punkty widzenia*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 341–361.
- Bartmiński J. [2006], *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S. [2004], *Dynamika kategorii punktu widzenia w języku, tekście i w dyskursie*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 321–358.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S. [2006], *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, [w:] Bartmiński J., *Językowe wyznaczniki obrazu świata*, Lublin, s. 98–105.
- Black M. [1971], *Metafora*, przekł. J. Japola, „Pamiętnik Literacki”, z. 3, s. 217–234.
- Brzozowska M. [1998], *Profilowanie a nominacja i etymologia*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin, s. 249–258.
- Dobrowolowicz W. [2006], *Psychologia wyższych procesów poznawczych*, Warszawa.
- Dobrzyńska T. [1994], *Mówiąc przenośnie... studia o metaforze*, Warszawa.
- Eco U. [2009], *Teoria semiotyki*, Kraków.
- Furman W. [2009], *Gatunki dziennikarskie w praktyce redakcyjnej*, [w:] Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa, s. 126–177.
- Głaz A. [2004], *Wielość punktów widzenia – następstwo czy równoczesność?*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 73–85.
- Grzegorczykowa R. [1998], *Profilowanie a inne pojęcia opisujące hierarchiczną strukturę znaczenia*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin, s. 9–17.
- Grzegorczykowa R. [2004], *Punkt widzenia nadawcy w znaczeniach leksemów*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 161–176.
- Habrajska G. [2004], *Kategoria obserwatora w komunikacyjnej analizie i interpretacji tekstu*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 113–128.
- Humboldt von W. [2001], *Rozmaitość języków a rozwój umysłowy ludzkości*, przekł. E.M. Kowalska, Lublin.
- Inny słownik języka polskiego*, [2000], red. M. Bańko, t. P...Ż, Warszawa.
- Jäkel O. [2003], *Metafory w abstrakcyjnych domenach dyskursu*, przekł. M. Banaś, B. Drag, Kraków.
- Kalisz R., Kubiński W. [1998], *Dwadzieścia lat językoznawstwa kognitywnego w USA i w Polsce – próba bilansu*, [w:] *Językoznawstwo kognitywne – wybór tekstów*, red. W. Kubiński, R. Kalisz, E. Modrzejewska, Gdańsk, s. 7–27.

- Keil F.C. [2007], *Teorie, pojęcia i nabywanie znaczenia słów*, przekł. J. Radzicki, [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańsk, s. 261–281.
- Kępa-Figura D. [2007], *Kategoryzacja w komunikacji językowej na przykładzie leksemu ptak*, Lublin.
- Kudra A. [2004a], *Językowe wyznaczniki obserwatora w tekście literackim (na przykładzie „Granicy” Zofii Nałkowskiej)*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 129–138.
- Kudra A. [2004b], *Porównanie w poezji Stanisława Grochowiaka. Teoria chiralności i przyczynowości tropu*, Łódź.
- Kudra A. [2010], *Zjawisko cienia konceptualnego, referat na konferencji „Poznawać. Tworzyć. Komunikować” (dedykowanej prof. dr. hab. Aleksemu Awdiejewowi w 70. rocznicę jego urodzin)*, Łódź 11.–13.10.2010 [dzięki uprzejmości autora].
- Kudra A. [2013], *Tekst i tekstowość w perspektywie konceptualnej*, Łódź.
- Kurek H. [2004], *Punkt widzenia w językowym obrazie świata społeczności wiejskiej*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 209–224.
- Lakoff G., Johnson M. [1988], *Metafory w naszym życiu*, przekł. T.P. Krzeszowski, Warszawa.
- Langacker R. [1995], *Wykłady z gramatyki kognitywnej*, red. H. Kardela, Lublin.
- Langacker R. [2005], *Obserwacje i rozważania na temat zjawiska subiektywizacji*, przekł. M. Majewska, Kraków.
- Libura A. [2000], *Wyobrażenia w języku. Leksykalne korelaty schematów wyobrażeniowych CEN-TRUM-PERYFERIE i SIŁY*, Wrocław.
- Maćkiewicz J. [1999], *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 47–55.
- Maruszewski T. [1996], *Psychologia poznawcza*, Warszawa.
- Maruszewski T. [2001], *Psychologia poznania. Sposoby rozumienia siebie i świata*, Gdańsk.
- Muszyński Z. [2004], *Punkt widzenia a relatywizm*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 33–46.
- Nowak P. [2004], *Konwencjonalny i konwersacyjny punkt widzenia w audycjach radiowych*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 159–170.
- Nowak P., Tokarski R. [2007], *Kreowanie światów w języku mediów*, Lublin.
- Ostrowski A. [2003], *Dziennikarstwo sportowe*, Wrocław.
- Pajdzińska A., Tokarski R. [2004], *Profilowanie a gra znaczeniami w tekście artystycznym*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 27–40.
- Peisert M. [2004], *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław.
- Piekot T. [2004], *Prywatny i publiczny punkt widzenia w dyskursie wiadomości dziennikarskich*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 127–147.
- Pluciennik J. [2002], *Literackie identyfikacje i oddźwięki. Poetyka a empatia*, Łódź.
- Pluciennik J. [2004], *Literackie i językowe punkty widzenia a empatyczne naśladowanie w tekście literackim*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 203–218.
- Przybylska R. [2004], *Kategoria punktu widzenia w badaniach nad relacjami przestrzennymi w języku*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 149–160.
- Rosch E. [2007], *Zasady kategoryzacji*, przekł. R. Balas, [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańsk, s. 409–430.
- Rumelhart D.E. [2007], *Schematy – cegielki poznania*, przekł. Suchecki J., [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańsk, s. 431–455.
- Rzepkowska A. [2004], *Punkt widzenia i punkt obserwatora jako środki perswazji*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 139–148.
- Słownik fizyczny. Optyka i akustyka*, [1991], oprac. M. Drabikowski, Warszawa.

- Słownik języka polskiego*, [1965], red. W. Doroszewski, t. 7 Pri–R, Warszawa.
- Słownik języka polskiego*, [1979], red. M. Szymczak, t. 2 L–P, Warszawa.
- Słownik terminów literackich*, [2008], red. J. Sławiński, Wrocław.
- Smokowski T. [2010], *Posiedzę z wami dziewięćdziesiąt minut, a potem mnie wyłączycie*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków, s. 179–191.
- Szczepłek S. [2010], *Przewodnik po sporcie*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków, s. 171–178.
- Tabakowska E. [2004], *O językowych wyznacznikach punktu widzenia*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 47–64.
- Tołstaja S. M. [2004], *Znaczenie symboliczne a punkt widzenia: motywacja znaczeń symbolicznych (kulturowych)*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 177–184.
- Tuszyński B. [1997], *Sport w środkach masowego przekazu*, [w:] *Kultura fizyczna. Sport*, red. Z. Krawczyk, Warszawa, s. 221–266.
- Tversky A. [2007], *Cechy podobieństwa*, przekł. R. Balas, [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańsk, s. 521–557.
- Uniwersalny słownik języka polskiego*, [2003], red. S. Dubisz, t. 3 O–Q, Warszawa.
- Waszakowa K. [2004], *Punkt widzenia konceptualizatora jako kategoria kognitywnego opisu derywatów słowotwórczych*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 197–208.
- Wierzbicka A. [1971], *Porównanie – gradacja – metafora*, „Pamiętnik Literacki”, z. 4, s. 127–147.
- Wittgenstein L. [2000], *Dociekania filozoficzne*, przekł. B. Wolniewicz, Warszawa.
- Wojtak M. [2004], *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wójcicka M. [2004], *Czy istnieje styl publicystyczny?*, [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 198–207.
- Zawisławska M. [2004], *Czasowniki oznaczające percepcję wzrokową we współczesnej polszczyźnie. Ujęcie kognitywne*, Warszawa.
- Zinken J. [2004], *Punkt widzenia jako kategoria w porównawczym badaniu dyskursów publicznych*, [w:] *Punkt widzenia w języku i w kulturze*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 65–78.

SPIS RYSUNKÓW I TABEL

Rysunek 1. Postrzeganie wzrokowe	15
Rysunek 2. Konceptualizacja językowa	15
Tabela 1. Frekwencja modeli metaforycznych w materiale radiowo-telewizyjnym	79
Tabela 2. Frekwencja pryzmatów konceptualnych w materiale radiowo-telewizyjnym	81
Tabela 3. Frekwencja modeli metaforycznych w materiale prasowym	111
Tabela 4. Frekwencja pryzmatów konceptualnych w materiale prasowym	113

ANEKS: MODELE METAFORYCZNE I PRYZMATY KONCEPTUALNE W MATERIALE PRASOWYM

WOJNA

<i>wygrać</i> (469) ¹	<i>tryumf</i> (35)
<i>rywal</i> (354)	<i>powołanie</i> (35)
<i>napastnik</i> (349)	<i>zwycięski</i> (34)
<i>strzelać</i> (334)	<i>rywalizować</i> (32)
<i>przegrać</i> (329)	<i>atakujący</i> (32)
<i>zdobywać</i> (303)	<i>sztab</i> (29)
<i>zwycięstwo</i> (289)	<i>skrzydło</i> (27)
<i>pokonać</i> (264)	<i>powołany</i> (26)
<i>walczyć</i> (243)	<i>bój</i> (26)
<i>awans</i> (210)	<i>defensywny</i> (22)
<i>porażka</i> (203)	<i>wojna</i> (21)
<i>walka</i> (202)	<i>taktyka</i> (21)
<i>atak</i> (181)	<i>tryumfować</i> (19)
<i>obrońca</i> (149)	<i>kontra</i> (19)
<i>wygrany</i> (147)	<i>zdobyty</i> (18)
<i>strzał</i> (141)	<i>kłeska</i> (18)
<i>kapitan</i> (109)	<i>strzelony</i> (17)
<i>obrona</i> (104)	<i>strzelenie</i> (16)
<i>awansować</i> (93)	<i>strzelecki</i> (16)
<i>strzelec</i> (92)	<i>powołać</i> (16)
<i>bronić</i> (77)	<i>ofensywa</i> (16)
<i>starcie</i> (75)	<i>defensor</i> (15)
<i>rywalizacja</i> (73)	<i>broń</i> (14)
<i>defensywa</i> (62)	<i>zdobywca</i> (13)
<i>snajper</i> (60)	<i>tryumfator</i> (13)
<i>przeegrany</i> (58)	<i>taktyczny</i> (13)
<i>skrzydłowy</i> (53)	<i>polec</i> (13)
<i>przeciwnik</i> (50)	<i>wygranie</i> (12)
<i>zwycięzca</i> (47)	<i>pokonanie</i> (12)
<i>zwyciężyć</i> (46)	<i>degradacja</i> (12)
<i>potyczka</i> (41)	<i>bitwa</i> (12)
<i>zdobycie</i> (40)	<i>potęga</i> (11)
<i>ofensywny</i> (40)	<i>pod wodzą</i> (10)
<i>pojedynek</i> (38)	<i>formacja</i> (10)
<i>atakować</i> (37)	<i>weteran</i> (9)

¹ Przy pryzmatach w nawiasach podaję liczbę powtórzeń.

waleczny (8)
pokonany (8)
ofensywnie (8)
obronny (7)
batalia (7)
armata (7)
zdegradowany (6)
twierdza (6)
szeregi (6)
stawiać opór (6)
mierzyć (6)
flanka (6)
podbić (5)
napad (5)
ekspłodować (5)
zawojować (4)
zaciąg (4)
szarża (4)
strzelanie (4)
meldować się (4)
front (4)
defensywnie (4)
bomba (4)
baza (4)
wybuch (3)
wróg (3)
szyk (3)
strzelba (3)
pocisk (3)
gwardia (3)
generał (3)
destrukcja (3)
celownik (3)
atomowy (3)
zasłona dymna (2)
wyścig zbrojeń (2)
wypalić (2)
wojownik (2)
w odwodzie (2)
taktycznie (2)
strzelanina (2)
snajperski (2)
skoszarować (2)
podbój (2)
poligon (2)

występować (188)
występ (158)
rola (55)

mobilizacja (2)
głównodowodzący (2)
eksplozja (2)
egzekutor (2)
dynamit (2)
dowodzić (2)
celować (2)
bojowo (2)
zwojować (1)
zbrojenie (1)
zabójca (1)
wybuchać (1)
wrogi (1)
w cywilu (1)
utrzymanie pozycji (1)
torpeda (1)
śmiercionośny (1)
szarżować (1)
strateg (1)
rykoszet (1)
rozstrzelany (1)
rozstrzelać (1)
rozbroić (1)
podbicie (1)
pod dowództwem (1)
pistolet (1)
ostrzeliwany (1)
ostrzeliwać (1)
ofiara (1)
ofensor (1)
odpalić (1)
niewypał (1)
nacierać (1)
legia cudzoziemska (1)
kapitulować (1)
granat ręczny (1)
gotowość bojowa (1)
egzekucja (1)
bombowy (1)
bojowy (1)
bezbронny (1)
arsenał (1)
armia (1)
akcja zaczepna (1)

ROZRYWKA

debiutować (47)
impreza (46)
debiut (45)

prezentować się (35)
konkurs (23)
bohater (23)
widowisko (22)
prezentować (21)
popisać się (21)
przygoda (20)
hit (19)
debiutant (18)
as (18)
scenariusz (13)
popis (13)
dubler (11)
aktor (9)
serial (8)
obsada (7)
epizod (6)
arena (6)
spektakl (5)
próba generalna (5)
podwórko (5)
horror (5)
reżyser (4)
karuzela (4)
festiwal (4)
preludium (3)
dreszczowiec (3)
debiutancki (3)

bilans (30)
konto (21)
mieć na koncie (20)
dorobek (11)
mieć w dorobku (10)
zaliczka (6)
notowania (6)
zarobić (5)
mieć patent (4)
taryfa ulgowa (3)
eksportowy (3)

lekcja (18)
sprawdzian (12)
test (8)
eksperyment (7)
profesor (4)
egzamin (4)
eksperymentalny (3)

żonglować (2)
zwrot akcji (2)
wcielić się w rolę (2)
samba (2)
przygrywka (2)
prezentowanie się (2)
pod batutą (2)
autor (2)
artysta (2)
akcja (2)
żonglerka (1)
zejście ze sceny (1)
zagrać epizod (1)
wirtuoz (1)
telenowela (1)
showman (1)
scena (1)
premierowy (1)
premiera (1)
popisowy numer (1)
pierwszoplanowa postać (1)
odcinek (1)
loteria (1)
happening (1)
grać pierwsze skrzypce (1)
dyrygować (1)
dyrygent (1)
cyrk (1)

GOSPODARKA

przebudowany (2)
konstruowanie (2)
konstruować (2)
architekt (2)
zainkasować (2)
zbudowany (1)
zamurowany (1)
konstruowany (1)
burzyć (1)
budowany (1)
beton (1)

NAUKA

eksperymentować (3)
produkcja (2)
otworzyć konto (2)
inwestycja (2)
gielda (2)
wypromowany (2)
prymus (1)

wzbogacić się (1)
wkalkulowany (1)
reklamować (1)

produkt (1)
po stronie strat (1)
otrzymać zapłatę (1)

RELIGIA

świętować (23)
święto (7)
cud (6)
objawienie (5)
zbawić (3)

na raty (1)
monopolista (1)
monopol (1)
eksport (1)

HAZARD

stawiać na (kogoś-coś) (39)
passa (16)
stawka (12)
rozdawać karty (4)
karta (4)
zgarnąć pulę (2)
piekło (2)
odpokutować (2)

bóg (2)
świętynia (2)
stawianie na (kogoś-coś) (2)
rozdanie (1)
zbawiciel (1)
zaświaty (1)
wskrzesić (1)

MECHANIKA

ogniwo (7)

BUDOWNICTWO

budować (21)
budowanie (6)
maszyna (6)
budowa (5)
przebudować (4)
przebudowa (4)
mechanizm (4)

dokładać cegielkę (3)
destrukcja (3)
rozmontować (2)
inżynier (2)
zazębiać się (1)
rozmontowanie (1)

MOTORYZACJA

obroty (5)
być w gazie (4)
bieg (2)
lot (2)
huragan (2)
głodny (2)

fala (2)
nabrać rumieńców (2)
nawałnica (2)
posypać się (2)
motor napędowy (1)
na ssaniu (1)

ŻEGLUGA

sternik (4)
fotel lidera (2)
deska ratunkowa (1)
kotwiczyć (1)
okręt (1)
stery (1)
wypłynąć na szerokie wody (1)
wyrzucić za burtę (1)

zaryglować (1)
zardzewieć (1)
zarazić (1)
zamiatąć (1)
zamać (1)
wyszarpać (1)
wyrok (1)
wydrzeć (1)

VARIA

gwiazda (160)
król-królowa (36)
oczko (31)
błyszczeć (22)
korona (15)
roszada (12)
filar (10)
latać (8)
nokautować (7)
recepta (6)
żelazny (5)
odrodzić się (5)
lotnik (5)
kat (5)
garnitur (5)
wyscig (4)
łatać dziury (4)
głód (4)
prosta (3)
królować (3)
kręgosłup (3)
gorący (3)
frunąć (3)
diamant (3)
czarny koń (3)
znokautowany (2)
zdetronizować (2)
zastrzyk (2)
walec (2)
tron (2)
szczupak (2)
rzemieślnik (2)
rodzynek (2)
wulkan (1)
włożyć kij w szprychy (1)
wiązać nogi w supelki (1)
uszczuplony (1)
uczta (1)
trzęsienie ziemi (1)
ściganie (1)
złoty (1)
ściana (1)
stary lis (1)
skruszyc (1)
sito (1)
serce (1)

rzut karny (1)
rok świetlny (1)
przystawka (1)
przycząony tygrys (1)
przemeblować (1)
prąd (1)
powstanie z desek (1)
pole position (1)
podawać na tacy (1)
patelnia (1)
para (1)
ostrzyć zęby (1)
odkurzyć (1)
osierocony (1)
odskoczyć (1)
zdobycz (1)
nadczłowiek (1)
mózg (1)
misja ratunkowa (1)
żądło (1)
koronacja (1)
jaskinia lwa (1)
jajo (1)
mamut (1)
imperium (1)
heros (1)
gwiazdozbiór (1)
grad (1)
gorączka (1)
garda (1)
zdetronizowany (1)
Everest (1)
dziurawić (1)
dowiezienie (1)
dokręcić koło roweru (1)
dno (1)
detronizacja (1)
demolka (1)
danie (1)
czytać (1)
czapa (1)
być na krawędzi (1)
być na fali (1)
błyskawica (1)
antidotum (1)
adresat (1)

INDEKS NAZWISK

A

Andrews P., 74
Arystoteles, 19, 60
Awdziejew A., 18, 36–37, 42, 62, 71, 175

B

Bachtin M., 41–42
Bakula K., 37
Bartmiński J., 12, 26–27, 30–31, 46–48, 53, 64, 70, 175
Black M., 12, 61, 66–67, 71, 177
Bruner J., 21
Brzozowska M., 29, 54, 69

D

Dobrołowicz W., 23
Dobrzyńska T., 78
Doroszewski W., 26
Dubisz S., 27

E

Eco U., 65
Edingshaus A., 19

F

Fleischer M., 37
Furman W., 73

G

Głaz A., 40–41
Głowiński M., 46
Grzegorzczkowska R., 33–34, 36, 43, 52

H

Habrajska G., 28, 38, 62, 71, 175
Hall S., 39
Humboldt von W., 18, 33, 38–39, 44

J

Jäkel O., 60–61
Johnson M., 12, 57–58, 63–66, 69, 72, 177

K

Kalisz R., 34
Keil F. C., 57–58
Kępa-Figura D., 31
Korzyk K., 24
Kubiński W., 34
Kubriakowa J., 17
Kudra A., 12, 16, 29–30, 35–36, 49, 55–56, 160, 169–170, 175–176, 178, 181
Kurek H., 28

L

Lakoff G., 12, 55, 57–58, 63–66, 68–69, 72, 177
Langacker R., 12, 15–18, 24, 27, 29–30, 51–52, 55–56, 59–60, 67, 70
Libura A., 24–26, 51, 55–57, 66, 68, 71

M

Maćkiewicz J., 47
Maruszewski T., 19, 21–23, 41, 45, 54, 58, 82
Medin D., 45
Muszyński Z., 44–45

N

Neisser U., 22
Niebrzegowska-Bartmińska S., 27, 30, 48, 53
Nowak P., 31, 73–77, 106, 178

O

Ong W., 12, 65–66, 80, 82, 115, 152, 177
Oshima-Takane Y., 44

P

Pajdzińska A., 31–32
Pawłow I., 54
Piekot T., 65, 76, 82
Pluciennik J., 12–13, 32, 35–37, 41–44, 49, 69,
75, 77, 82, 105–106, 108, 160, 170, 171,
175–176, 181
Podbielski H., 60
Pöppel E., 19
Przybylska R., 27, 31, 33, 175

R

Rizzolatti G., 170
Rosch E., 21
Rumelhart D. E., 24–25, 38, 51
Rzepkowska A., 39, 47–48

S

Sapir E., 31
Saunders F. A., 20
Sławiński J., 60
Smokowski T., 78, 160–161
Sperber D., 41, 69, 82
Sweetser E., 55

Szczepłek S., 161
Szymczak M., 26

T

Tabakowska E., 30, 33
Tokarski R., 31–32, 73–77, 106, 178
Tolstaja S. M., 26–28, 89, 175
Tversky A., 12, 51–54, 56–57, 63–64, 68, 70–
71, 176–177

W

Waszakowa K., 17
Wattenmaker W., 45
White B. W., 20
Wierzbicka A., 161–162, 168–169, 172, 181
Wilson D., 82
Wittgenstein L., 23
Wojtak M., 74–75
Wójcicka M., 76

Z

Zawisławska M., 19, 22, 48, 53–54, 70
Zinken J., 12–13, 65–66, 69–70, 72, 84–85, 96,
177