Maria Kabata

(Uniwersytet Szczeciński,

e-mail: maria_kabata@wp.pl)

ORCID: 0000-0002-7502-546X

GRY JĘZYKOWE W KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ (NA PRZYKŁADZIE TYGODNIKÓW SPOŁECZNO-POLITYCZNYCH)

Zjawisko gier językowych może być różnorako opisywane i definiowane, począwszy od retoryki i poetyki, które operują terminami metonimii, metafory czy też aluzji, elipsy [Maciuszek 2004; Ogonowska 2010; Turner 2005], a skończywszy na badaniach psychologów, analizujących teorię komunikacji międzyludzkiej [Bralczyk 2004]. We współczesnej komunikacji społecznej gier językowych nie utożsamia się tylko z typową grą słów, czyli zabiegiem formalno-semantycznym, ale akcentowane są również powiązania kulturowe [Kępa-Figura 2009]. I tak w koncepcji L. Wittgensteina gry językowe należy dostrzegać w kontekście, stąd też wymagają one badań nad szeroko rozumianą komunikacją, która łączy obszary pragmatyki językowej, kognitywizmu, socjologii, psychologii komunikacji werbalnej i niewerbalnej [Wołos 2002, 7–14]. Jerzy Bralczyk postrzega grę z odbiorcą w aspekcie tekstu reklamowego i wyróżnia odwołania do trzech sfer: racji, emocji i norm [Bralczyk 2004, 18]. Inni badacze stoją na stanowisku, że gry to ścieranie się utartych schematów, konwencji z tym, co nowe i nieugruntowane [Skowronek, Rutkowski 2004, 43].

W badanym materiale mamy do czynienia ze strategią intertekstualną [Grybosiowa 2002, 79], wymagającą znajomości kodu pragmatycznego [Puzynina 1997, 46], odkrywania odwołań i nawiązań, umiejętności kojarzenia odległych faktów tekstowych [Zdunkiewicz-Jedynak 2016, 59].

Termin *intertekstualność* stworzyła Julia Kristeva pod koniec lat 60. XX wieku i był on wykorzystywany w obszarze badań literaturoznawczych [Głowiński 1986, 75]. Na gruncie polskim badania nad związkami międzytekstowymi podjął między innymi Michał Głowiński; określił on tę kategorię jako zjawisko dialogiczności, powołując się na stanowisko Michaiła Bachtina [ibidem 79, 92]. Badacz podkreślił zamierzony i świadomy charakter odwołań intertekstualnych, a wprowadzając kategorię interpretanta, stawiał pytania o wpływ takich zabiegów na tok lektury, skoro „intertekstualność staje się swoistym wyzwaniem wobec czytelnika” [ibidem 98]. Henryk Markiewicz zdefiniował intertekstualność jako

pewną relację tekstową w obrębie jednego dyskursu, a historii tego zjawiska poszukuje u początków pisarstwa starożytnego, gdyż zalicza do niego cytaty, aluzje i inne nawiązania do prototekstu [Markiewicz 1984, 215–238]. Natomiast Gerard Genette przedstawił szczegółowy wywód na temat intertekstualności, używając terminu *transtekstualność* (czyli wszystko, co wiąże się z innym tekstem w sposób ukryty lub jawny), wprowadził pięć podkategorii (intertekstualność, paratekstualność, metatekstualność, hipertekstualność, architekstualność). Układ ten charakteryzuje stopniowe przejście od tego, co najbardziej konkretne do tego, co najbardziej abstrakcyjne, a samo rozumienie zjawiska ograniczał do tekstów i systemu gatunków. Ponadto badacz, operując określeniem palimpsestowości literatury, dowodził, że utwór późniejszy nakłada się na utwory starsze jak w palimpseście [Genette 1992, 107 i n.; Kuźma 1987, 393].

Gdy prześledzimy koncepcję intertekstualności, dojdziemy do wniosku, jak słusznie zauważył Manfred Pfister, że jest to pojęcie nadrzędne, określające różnego rodzaju odniesienia do pretekstów, sensów i kodów, które nauka o literaturze знаła już wcześniej pod pojęciem na przykład cytatu, aluzji, trawestacji czy innych. I właśnie pojęcie intertekstualności jako teorii odniesień dominuje w konkretnych analizach literackich. Dyskusję budzi natomiast próba odpowiedzi na pytanie, których tekstów to zagadnienie dotyczy, czy wszystkich w ogóle – każdy tekst jest częścią uniwersalnego intertekstu czy tylko jakichś określonych – gdzie omawiany termin zostaje zawężony do świadomych i intencjonalnych odniesień danych tekstów do zastanych utworów [Pfister 1991, 195 i n.].

Dla dalszych rozważań kluczowe znaczenie ma fakt, że intertekstualność została przeniesiona na grunt innych dziedzin humanistycznych. I właśnie szerzej traktował intertekstualność oraz łączył z innymi formami przekazu – obrazem i dźwiękiem – Ryszard Nycz. Badacz podzielił wyznaczniki międzytekstowości na presupozycje, anomalie oraz na różnego rodzaju atrybucje [Nycz 1990, 98 i n.]. Wskazuje ponadto na heterogeniczność tekstu osadzonego w przestrzeni intertekstualnej, a iluzją dla badacza jawi się integralność znaczenia, skoro zawsze może się okazać, że oryginał jest tylko kryptocytatem z innego dzieła [ibidem 102]. Należy nadmienić, że w najnowszym opracowaniu poszedł już krok dalej i dystansuje się od intertekstualności jako absolutyzującej gry tekstowo-jezykowej, która zapomina o podmiocie tekstu [Nycz 2012; por. Madejski 2013]. A właśnie współcześnie intertekstualność staje się swojego rodzaju grą konwencjami, co wykorzystują odmienne formy przekazu [por. Fiołek-Lubczyńska 2012], jak ujął to Jerzy Podracki „nabiera coraz większego znaczenia w mediach i wydaje się, że jest cechą obligatoryjną niektórych gatunków” [Podracki, Skarżyńska 2010, 73].

Analizując zagadnienie intertekstualności, trzeba dostrzec inne kwestie, także istotne – miejsce dla odbiorcy, czytelnika i badacza: „(...) intertekstualność to również aspekt odbioru dzieła literackiego. Bez czy-

telniczej reakcji na szeroko pojętą zasadę cytatu, intertekstualności po prostu nie ma...” [Kraskowska, Legeżyńska 1993, 455]. Można powiedzieć, że podstawowym celem intertekstualnych gier jest zaangażowanie odbiorcy, stworzenie pozorów interakcji, która ma służyć postawionym przez nadawcę konkretnym celom [Kępa-Figura 2009].

Na gruncie językoznawczym intertekstualność badali między innymi: Teresa Cieślukowska, Anna Duszak, Aleksander Wilkoń. Zdaniem Teresy Cieślukowskiej intertekstualność jest przemiennością tekstów, a każdy tekst stanowi mozaikę cytatów i przekształceń innego tekstu [Cieślukowska 1995, 93], natomiast dla rozważań lingwistycznych istotne są relacje międzytekstowe na poziomie różnych systemów [ibidem 97]. W koncepcji Aleksandra Wilkoń intertekstualność jest jednym z typów relacji intersemiotycznych [Wilkoń 2002, 68], nie wiąże się tylko i wyłącznie z literaturą, ale może dotyczyć różnych rodzajów tekstów, na przykład struktur intermuzycznych, interikonicznych lub mieszanych [ibidem 57–58]. Relacje międzytekstowe omawiała także Anna Duszak w kontekście lingwistyki tekstu, koncentrując się na czynnikach kształtujących określone stereotypy tekstowe – wzorce tekstowe, które są wyrazem określonych potrzeb komunikacyjnych [Duszak 1998, 222, 284–285]. Na intertekstualność również z punktu widzenia lingwisty i pragmatyka tekstu spoglądała Urszula Żydek-Bednarczuk, gdy zwróciła uwagę na niejednoznaczne zdefiniowanie pojęcia paratekstualności przez G. Gennette’a i podjęła próbę ustalenia wyznaczników dla paratekstu, analizując publikacje naukowe [Żydek-Bednarczuk 2010, 215 i n.].

Kończąc wstępne rozważania teoretyczne na temat intertekstualności, można za Dorotą Zdunkiewicz-Jedynak powiedzieć:

badacze zajmowali się związkami międzytekstowymi znaczącymi dla danego dzieła, a więc zamierzonymi przez autora i widocznymi dla czytelnika, który winien podczas lektury zdawać sobie z nich sprawę. Element zapożyczony podlega rekontekstualizacji – w nowym otoczeniu może pełnić funkcje czasem zupełnie inne niż te, które były mu przypisane w pierwotnym kontekście [Zdunkiewicz-Jedynak 2016, 59].

Współczesna kultura wymaga od czytelnika nieustannego doszukiwania się nowych sensów w komunikatach, a każda praca z tekstem sprowadza się do gry skojarzeń, gdyż tekst staje się kolekcją odnośników do innych tekstów [Podracki 2010, 80–81].

Na potrzeby niniejszych rozważań przyjmuję, że gra językowa jest zabawą szeroko rozumianymi znaczeniami, wykorzystuje ona zabieg mowy nie wprost, a znaczenia całości nie wynikają bezpośrednio z treści użytych słów [Kowalewska-Dąbrowska 2007, 80]. Warto podkreślić, że poddany analizie materiał prasowy dostarcza przykładów gier językowo-kulturowych, w których intertekstualność nie ogranicza się wyłącznie do zabiegów znanych z tradycyjnych tekstów literackich, gdyż współgrają tutaj zarówno słowa, jak i obrazy, a proces deszyfracji wymaga odkrywania współistnie-

nia różnych systemów znakowych¹ i uzależniony jest od podjęcia przez odbiorcę gry semantycznej – tytuł więc wraz z ilustracją staje się zagadką, którą musi rozwiązać czytelnik [Gajewska 2011, 126–131].

Przedmiot niniejszych analiz stanowią okładki czterech czasopism: „W Sieci”, „Polityka”, „Najwyższy Czas”, „Przegląd” z lat 2012–2013. Wybór tych gazet był podyktowany chęcią zbadania różnorodnych tygodników opiniotwórczych na polskim rynku medialnym. Rywalizacja między wydawcami spowodowała, że gry z odbiorcą stały się stałym elementem przekazu prasowego [Grybosiova 2002, 79].

Wstępne analizy wyekscerpowanych przykładów pokazują, że szata graficzna okładek nie służy jedynie ludycznemu podejściu, ale też – a może przede wszystkim – zwróceniu uwagi odbiorcy na czasopismo, zaciekawieniu potencjalnego klienta, skupieniu jego uwagi, zaintrygowaniu i w ostatecznym efekcie zachęceniu do kupna gazety. Dlatego też można przyjąć, że okładka czasopisma jest swego rodzaju przekazem reklamowym, którego interpretacja wymaga podobnych narzędzi badawczych jak sama reklama.

Jednym ze sposobów gry z odbiorcą jest celowe przywoływanie tytułów filmów.

Strona tytułowa gazety „W Sieci” (2013 r. nr 20) wykorzystuje tytuł amerykańskiego filmu dokumentalnego z 1984 roku, który pokazywał cierpienie dziecka poddawanego aborcji. Obraz przerażonego dziecka wraz z tytułem filmu ma podsyćć obawy o sieroty powierzone pieczy par homoseksualnych. Leksem *niemy* ma podkreślić negatywne emocje, gdyż wskazuje na bezbronność dzieci i ich niesłyszane przez dorosłych skargi, prośby o pomoc. Podobnie strach ma wzbudzić okładka „Polityki” (2013 nr 27) – zdanie „Skazani na ból” i podtytuł „Polska służba zdrowia ma opinię okrutnej”. Sformułowanie *skazani na* jest aluzją do tytułu filmu *Skazani na Shawshank* z 1994 roku, który powstał na motywach opowiadania Stephena Kinga. Główny bohater został niesłusznie skazany na dożywocie, karę odbywa w więzieniu pilnowany przez sadystycznych strażników.

¹ Jest to podobna sytuacja jak w komunikacji internetowej, o czym szerzej zob. D. Zdunkiewicz-Jedynak 2016.

Takie odniesienie ma zwrócić uwagę na bezsilność, niemoc osób chorujących w Polsce, na brak możliwości wyjścia z trudnej sytuacji. Przymiotnik *okrutna* odnoszący się do polskiej służby zdrowia ma jeszcze podkreślić jej pejoratywny obraz. Także negatywne emocje może zrodzić nawiązanie do filmu z okładki gazety „Najwyższy Czas” (2012 nr 25). Film *Chłopcy z ferajny* z 1990 roku opowiada o patologii życia społecznego na styku świata przestępczego i polityki – na wzór losów amerykańskich gangsterów. Umieszczenie odwołania do tego filmu pod zdjęciami premiera i ministrów jednoznacznie sugeruje ocenę ich postępowania.

Odmienne emocje budzi okładka „Przeglądu” z 2013 roku nr 45:

Tytuł *Mazowiecki człowiek z dialogu* przywołuje skojarzenia z filmami *Człowiek z marmuru*, *Człowiek z żelaza* i najnowszym *Człowiek z nadziei*. Stanowi on swego rodzaju oczywiste chronologiczne dopełnienie filmowej trylogii Andrzeja Wajdy. Fotografia Tadeusza Mazowieckiego, trzymającego przy oku lupę, stanowi nawiązanie do ballady Adama Mickiewicza *Romantyczność*, a wraz ze słowem *dialog* buduje pozytywny obraz pierwszego premiera wolnej Polski i wskazuje na jego racjonalne, wyważone, bezemocjonalne podejście do spraw polityki.

Inne źródło gry z odbiorcą stanowi – podobnie jak w powyższym przykładzie – literatura; oto przykłady:

2013 nr 32

2013 nr 46

2013 nr 38

2013 nr 43

Okladka „Przeglądu” (2013 nr 32), podobnie jak wcześniejsze egzemplifikacje, ma wzbudzić strach o własne zdrowie – tytuł *Błędy lekarza kryje ziemia* jest zabawą znaczeniem podstawowym (w ziemi są pochowani nieboszczycy) i aluzyjnym odwołaniem do III części *Dziadów*.² Gra taka ma spotęgować emocje – obrazowo ukazać zagrożenie śmiercią i zasugerować, że brak w Polsce instytucji kontrolującej lekarzy jest ogromnym problemem, a ukrywanie win lekarzy jest codziennością. Napięcie buduje także obraz z okładki „Polityki” (2013 nr 46): rysunek jelenia na celowniku z tytułem *Strzelcy poszli w las* i podtytuł *W poprzednim sezonie 100 tysięcy myśliwych zabiło milion zwierząt. Po co ta masakra?* przywołuje zdanie z *Popiołów* Stefana Żeromskiego³ i pokazuje nieuchronność zdarzeń oraz aluzyjnie odnosi się do obrazu zajadłych ogarów z *Pana Tadeusza*.⁴ Oba zaprezentowane przykłady obliczone są na wywołanie silnych emocji, które nawet bez czytania artykułu skłonią odbiorcę do potępienia zarówno lekarzy, jak i myśliwych.

Na pierwszej stronie numeru 38. z tego samego roku ukazany jest polski szef w roli wilka. Uruchamia to bogatą symbolikę tego zwierzęcia – jako uosobienie zła, siły, dzikości, strachu, okrucieństwa, drapieżności [Kopaliński 1990, 462]. Leksem *wilk* ewokuje też łacińską maksymę *Homo homini lupus est*, która w różnych formach i konwencjach funkcjonuje w literaturze⁵ i także wskazuje na pejoratywny obraz wilka w kulturze. Tytuł w numerze 43. „Polityki” *Czarownice z gender* nawiązuje do amerykańskiego dramatu *Czarownice z Salem*, będącego alegoryczną opowieścią na temat procesów o czary w XVII wieku. Gra słów w tym tytule prasowym ma napiętnować ideologię gender, przy czym podyktowane to jest emocjami, a nie rzeczowymi argumentami i – podobnie jak proces czarownic z Salem – ma prowadzić w dalszej konsekwencji do fałszywych wniosków oraz niesprawiedliwych oskarżeń. Wymowa zaprezentowanych powyżej stron tytułowych ma przekonać odbiorcę, że w tygodniku znajdzie rozwinięcie sensacyjnych doniesień i skłonić go do lektury całego periodyku.

Należy przywołać egzemplifikacje, w których nawiązania do literatury nie budzą tak negatywnych emocji:

² „Zaszło słońce, wołają astronomy z wieży. Ale dlaczego zaszło, nikt nie odpowiada. Ciemności kryją ziemię i lud we śnie leży, lecz dlaczego śpią ludzie żaden z nich nie bada. Przebudzą się bez czucia, jak bez czucia spały” [*Prolog*].

³ „Ogary poszły w las. Echo ich grania słabło coraz bardziej, aż wreszcie utonęło w milczeniu leśnym. Zdawało się chwilami, że nikły dwugłos jeszcze brzmi w boru...”

⁴ „Szczęściem, człowiek nie zbłądzi do tego ostępu, / Bo Trud i Trwoga, i Śmierć bronią mu przystępu. / Czasem tylko w pogoni zaciekle ogary, / Wpadłszy niebacznie między bagna, mchy i jary, / Wewnętrznej ich okropności rażone widokiem.” [*Pan Tadeusz* ks. IV].

⁵ Por. komedia Plauta, piosenka E. Stachury, grafika *Miserere* Georgesa Rouaulta i inne.

2012 nr 9

2013 nr 25

W numerze 9. z roku 2012 został zamieszczony ironiczny apel „mnóżcie się”, który stanowi nawiązanie do biblijnych słów skierowanych przez Boga do zwierząt: „Bądźcie płodne i mnożcie się, abyście zapelniały wody morskie, a ptactwo niechaj się rozmnaża na ziemi” [Rdz 1,22], tytuł ten jest też aluzją do starotestamentowego polecenia wydanego ludziom: „Bądźcie płodni i rozmnażajcie się, abyście zaludnili ziemię” [Rdz 1,28]. Jednak element intertekstualny pełni tutaj inną rolę niż w tekście macierzystym – obniżona zostaje ranga pierwotnego tekstu przez zestawienie z obrazem. Zabawny wydźwięk nadaje okładce zdjęcie królików, które słyną z szybkiego rozmnażania się. Na gruncie polskim jest to nawiązanie do promowania wielodzietności w polityce społecznej. Zestawienie tego, co błahe, ze słowami o sakralnej proveniencji ma zaintrygować odbiorcę i skłonić do lektury.

Okładka „Polityki” 2013 nr 25 jest żartobliwym, opartym na podobieństwie brzmieniowym, nawiązaniem do bohaterów *W pustyni i w puszczy* – Stasia i Nel. Podtytuł dwukrotnie wykorzystujący przymiotnik *dziwny*: *dziwne przypadki najdziwniejszej pary polskiej polityki* ma przyciągnąć uwagę potencjalnego czytelnika i zachęcić do zakupu gazety.

Atmosferę strachu, przerażenia tworzą okładki odwołujące się przede wszystkim do programów telewizyjnych:

2013 nr 22

2013 nr 41

Wyszukiwarka internetowa Google została porównana do programu telewizyjnego typu reality show, którego nazwa *Big Brother* pochodzi z książki G. Orwella *Rok 1984*. Okładka „Polityki” wskazuje na niebezpieczeństwo płynące z Internetu – zbieranie informacji o ludziach może prowadzić do totalitarnej kontroli społeczeństw. W 41. numerze „W Sieci” przedstawiony został redaktor Tomasz Lis prowadzący program *Tomasz Lis na żywo* – ubrany w mundur żołnierza SS z zakrwawioną ręką ma symbolizować brutalną osobę, postępującą nieludzko. Porównanie *Prawie jak Goebbels* ma dopełnić ten negatywny obraz i równocześnie zszokować czytelnika – upodobnienie do nazisty ma sugerować, że redaktor odgrywa znaczącą rolę w budowaniu systemu propagandowego, kontroli i kreacji informacji medialnych, a siła jego słów również budzi wielką nienawiść światopoglądową.

W kolejnych numerach analizowanych gazet podstawą gry z odbiorcą stają się odwołania do wypowiedzi innych osób, np.:

2013 nr 44

2012 nr 48

2013 nr 48

Strona tytułowa numeru 44. przedstawia kardynała Stefana Wyszyńskiego, Romana Dmowskiego, Józefa Piłsudskiego oraz Lecha Kaczyńskiego, którzy mają dla współczesnych rodaków przesłanie: *Pilnujcie Polski*. Słowa te są aluzją do słynnych słów Jana Pawła II – którego podobizna znajduje się w tle na ścianie – *Pilnujcie mi tych szlaków* wypowiedzianych w Nowym Targu w 1979 roku. Papieskie sformułowanie odnosiło się, oprócz prostego odniesienia do górskich ścieżek, do nakazu pamiętania o tożsamości religijnej Polaków. Należy zaznaczyć, że gazetowy tytuł jest równocześnie bezpośrednim nawiązaniem do identycznie brzmiącego hasła promowanego przez ruch „Solidarni 2010”. Natomiast do wypowiedzi Jarosława Kaczyńskiego z 2006 roku w Stoczni Gdańskiej nawiązuje okładka „Najwyższego Czasu” z 2012 roku. Powiedział on wtedy: „My jesteśmy tu gdzie wtedy, oni tam gdzie stało ZOMO”, wypowiedź ta wywołała falę krytyki i przywołanie jej po kilku latach jest obliczone na przypomnienie tych emocji. Dodatkowo tytuł gazetowy jednoznacznie stawia znak równości między policją za rządów Platformy Obywatelskiej a oddziałami

ZOMO w czasach PRL. Takie zestawienie odmiennych systemów, czasów i realiów jest celowym zabiegiem, który bezpośrednio prezentuje zaskakujące przekonania redaktorów gazety. W tygodniku „W Sieci” przedstawiony został premier Donald Tusk w charakterze maszynisty nowoczesnego pociągu, a obok zdenerwowani, protestujący robotnicy. Negatywne emocje pobudza podział na zadowolonych i niezadowolonych, żyjących w luksusie i w biedzie. Dopelnieniem obrazu jest podpis brzmiący: *Kłamstwo Pendolino*, sugeruje się w ten sposób czytelnikowi, że zakup nowych pociągów był oszustwem. Równocześnie tytuł jest aluzją do funkcjonującego w mediach sformułowania *kłamstwo smoleńskie* zbudowanego na wzór wyrażenia stosowanego przez historyków *kłamstwo katyńskie*. Taka okładka ma przekonać czytelników, że rządy sprawowane są w atmosferze nieuczciwości, nieprawdy czy niejawności.

Ocena sytuacji politycznej odbywa się przez odwołanie do historycznych i współczesnych postaci. Z pewnością ogromnym zaskoczeniem dla odbiorcy jest przykład z tygodnika „W Sieci” (2013 nr 9), w którym premier Donald Tusk został ucharakteryzowany na Ernesto Guevarę de la Serna, czyli Che Guevarę – lewicowego przywódcę rewolucji kubańskiej. Skorzystano tutaj z zabiegu charakterystycznego dla pokolenia 1968, gdy postać argentyńskiego lekarza była idealizowana, aż stała się symbolem sprzeciwu wobec niesprawiedliwości społecznej i bezinteresownego poświęcenia dla innych.⁶ Okładka ma utwierdzić czytelnika w przekonaniu, że centroprawicowa partia PO jest skłonna pozyskać lewicowy elektorat – tym samym dokonać rewolucji w życiu politycznym Polski.

2013 nr 9

2012 nr 20

Tygodnik „Najwyższy Czas” przedstawia Władimira Putina w czerwonej aureoli z podpisem „Nowy, stary car”. W ten sposób chce przekonać czytelnika, że nowoczesny przywódca europejski w rzeczywistości posługuje się metodami rodem z carskiej Rosji, czyli demokrata jest w istocie despota.

⁶ Szerzej na temat mechanizmu upowszechniania się w kulturze XX wieku wyidealizowanego obrazu rewolucjonisty oraz o wykorzystaniu tego stereotypu w reklamie – Kazimierz Ożóg 2010, 60–61.

Na omówienie zasługują jeszcze dwie okładki z tygodnika „Przegląd” z 2013 roku dotyczące sprawy otwartych funduszy emerytalnych:

2013 nr 37

2013 nr 50

Pierwsza wykorzystuje formę nekrologu, tworząc jej parodię:

Bez żalu zawiadamiamy, że kończy się 14-letnie żerowanie na emerytach. OFE będą dobrowolne. Rząd, naprawiając błędy poprzedników, uwolnił Polaków! Spadkobierców ponad 300 mld długu państwa uprasza się o nieskładanie kondolencji.

Pozornie forma ma oznaczać obwieszczenie nieszczęścia, ale zawarta w tekście ironia wskazuje na odmienne przekonania piszącego te słowa. Tej samej tematyki dotyczy kolejny numer tej samej gazety – wylęgający się wąż ma bardzo bogatą symbolikę [Kopaliński 1990, 447], a tutaj oznacza podstęp, tajemnicę i zagrożenie. Czasownik *wyłaź* w potocznym rozumieniu ‘wyjść skądś lub wydobyć się z wnętrza czegoś, zwłaszcza przez wąski otwór’ [SJP] nasuwa skojarzenie z frazeologizmem *wyłaźło szydło z worka* w znaczeniu ‘okazało się, zostało ujawnione coś, co było ukrywane, niewiadome’ [SF] i ma podkreślić fakt ujawnienia prawdy.

Podsumowując, współcześnie okładka czasopisma jest produktem kultury masowej, ma charakter hybrydowy, gdyż odnosi się do innych tekstów, dzieł i dyskursów. Strona tytułowa gazety jako pewnego rodzaju przekaz reklamowy ma zachęcić do zakupu, służy temu atrakcyjna szata, barwne fotosy i często niecodzienna forma oparta na zabawie słowem i obrazem. Równocześnie tytułowa strona czasopisma niewiele mówi o nadawcy, ale staje się elementem silnie oddziałującym na odbiorcę, zazwyczaj przez negatywne emocje: wzbudzanie niechęci, strachu, niepewności. Wykorzystywane tutaj niedomówienia, aluzje, słowa symbole są elementem gry intertekstualnej, czyli kluczem do zrozumienia zjawisk w języku współczesnej prasy. Na podstawie analizy gier międzytekstowych „można opisać świat wartości kultury współczesnej i obszar fascynacji dzisiejszego człowieka” [Ożóg 2010, 68]. Należy jednak pamiętać, że przykłady zaprezentowanych okładek tygodników przekazują obraz, który jest medialnym obrazem świata [Kępa-Figura, Nowak 2006]

– jest interpretacją rzeczywistości, a nie jej odbiciem. Nadawca przedstawia odbiorcy gotową ocenę bieżących wydarzeń polityczno-społecznych, nie pozostawiając miejsca na bezemocjonalną analizę, spokojną lekturę i własne wnioski.

Koniecznym jednak warunkiem udanej gry jest znajomość poglądów i upodobań potencjalnych czytelników – trafienie w gusta odbiorcy odgrywa kluczową rolę w tej sytuacji komunikacyjnej. W tym miejscu warto przytoczyć cytaty:

(...) hipertekstualizm wzbogaca odbiór dzieła literackiego, ale trzeba być erudyta, aby dostrzec palimpsestowość utworu i smakować ją [Kuzma 1987, 397].

Pozostaje więc pytanie, czy współczesny odbiorca będzie umiał to zrobić, czy tylko zostanie oczarowany i uwiedziony.

Bibliografia

- J. Bralczyk, 2004, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańsk.
- T. Cieślukowska, 1995, *W kręgu genologii, intertekstualności, teorii sugestii*, Warszawa.
- A. Duszak, 1998, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa.
- B. Fiołek-Lubczyńska, 2012, *Intertekstualność i gatunkowość jako klucz interpretacyjny filmu Trzy kolory*. Biały Krzysztofa Kieślowskiego, „Folia Litteraria Polonica” t. 3 (17), s. 205–219.
- E. Gajewska, 2011, *Językowe gry nadawcy z odbiorcą we współczesnym dyskursie reklamy*, „Media i Społeczeństwo” nr 1, s. 126–131.
- G. Genette, 1992, *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia*, tłum. A. Milecki [w:] H. Markiewicz (red.), *Współczesna teoria badań literackich za granicą. Antologia*, t. 4, cz. 2, Kraków, s. 107–155.
- M. Głowiński, 1986, *O intertekstualności*, „Pamiętnik Literacki” LXXVII, z. 4, s. 75–100.
- A. Grybosiowa, 2002, *Przełamywanie tradycji kulturowo-językowej w polszczyźnie medialnej* [w:] S. Gajda, K. Rymut, U. Żydek-Bednarczuk (red.), *Język w przestrzeni społecznej*, Opole, s. 75–81.
- D. Kępa-Figura, 2009, *Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej – semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów*, „Prace Językoznawcze Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego” z. 11, s. 95–113.
- D. Kępa-Figura, P. Nowak, 2006, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1–2, s. 51–62.
- W. Kopaliński, 1990, *Słownik symboli*, Warszawa.
- J. Kowalewska-Dąbrowska, 2007, *Rola perswazyjna słowotwórczych gier językowych w tekstach publicystycznych* [w:] V. Maldjieva, Z. Rudnik-Karwatowa (red.), *Słowotwórstwo i tekst*, Warszawa, s. 79–89.
- E. Kraskowska, A. Legeżyńska, 1993, *Słowa, słowa, słowa... (O intertekstualności)*, „Polonistyka” nr 8, s. 452–458.

- E. Kuźma, 1987, „*Palimpsestes la littérature au second degre*”, G.Genette, Paris 1982 – recenzja „Pamiętnik Literacki” nr 2, s. 392–399.
- J. Maciuszek, 2004, *Metafora jako forma komunikacji perswazyjnej* [w:] R. Garpel, K. Leszczyńska, *Sztuka perswazji – socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*, Kraków, s. 115–130.
- J. Madejski, 2013, *Poetyka trzecia (Ryszard Nycz)*, „Tematy i Konteksty” nr 3(8), s. 96–106.
- H. Markiewicz, 1984, *Odmiany intertekstualności* [w:] H. Markiewicz (red.), *Wymiary dzieła literackiego*, Kraków, s. 215–238.
- R. Nycz, 1990, *Intertekstualność i jej zakres: teksty, gatunki, światy*, „Pamiętnik Literacki” nr 2, s. 95–116.
- R. Nycz, 2012, *Poetyka doświadczenia. Teoria – nowoczesność – literatura*, Warszawa.
- A. Ogonowska, 2010, *Twórcze metafory medialne*, Kraków.
- K. Ożóg, 2010, *Kilka uwag o intertekstualności w dobie ponowoczesnej* [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.), *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 60–69.
- M. Pfister, 1991, *Koncepcje intertekstualności*, „Pamiętnik Literacki” nr 4, s. 183–208.
- J. Podracki, M. Skarżyńska, 2010, *Intertekstualność w reportażu telewizyjnym (TVP2)* [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.), *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 70–81.
- J. Puzyńska, 1997, *Lingwistyka a rozumienie tekstu* [w:] tejże, *Słowo – wartość – kultura*, Lublin, s. 35–51.
- K. Skowronek, M. Rutkowski, 2004, *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*, Kraków.
- E. Sobol (oprac.), 2008, *Słownik frazeologiczny z Bralczykiem*, Warszawa. (SF)
- E. Sobol (oprac.), 2005, *Słownik języka polskiego*, Warszawa. (SJP)
- V. Turner, 2005, *Gry społeczne, pola i metafory: symboliczne działanie w społeczeństwie*, Kraków.
- M. Wołos, 2002, *Koncepcja „gry językowej” Wittgensteina w świetle badań współczesnego językoznawstwa*, Kraków.
- D. Zdunkiewicz-Jedynak, 2016, *Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” nr 32, s. 57–73.
- U. Żydek-Bednarczyk, 2010, *Intertekstualność w paratekście* [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.), *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 215–225.

***Language games in public communication
(on the example of socio-political weeklies)***

Summary

This paper aims to demonstrate mechanisms of intertextual strategies, which require the recipient to be familiar with pragmatic codes, to discover references and allusions, and to be able to discern various textual relations. The analyses have been conducted on the example of four titles: *W Sieci* (*On the Web*), *Polityka* (*Politics*), *Najwyższy Czas* (*High Time*), *Przegląd* (*Overview*). The motivation for the research was the conviction that the title page in opinion-forming periodicals functions as a product of mass culture and can serve as the basis for describing the area of interests of the contemporary human being.

Keywords: pragmalinguistics – language games – intertextual strategies – language of the press

Trans. Monika Czarnecka