

Rhetoric of reasons and emotions in times of crisis

Retoryka racji i emocji w czasach kryzysu

9 (3) 2022 ISSUE EDITORS: MARIA ZAŁĘSKA, EWA MODRZEJEWSKA

MARIA ZAŁĘSKA

UNIwersytet Warszawski

<https://orcid.org/0000-0003-2973-0173>

m.zaleska@uw.edu.pl

EWA MODRZEJEWSKA

UNIwersytet Warszawski

<https://orcid.org/0000-0003-0913-7540>

e.modrzejewska@uw.edu.pl

Retoryka racji i emocji w kryzysie – wprowadzenie do tematu numeru Rhetoric of reasons and emotions in times of crisis – a foreword

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0).

The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

MARIA ZAŁĘSKA

UNIwersytet Warszawski

<https://orcid.org/0000-0003-2973-0173>

m.zaleska@uw.edu.pl

EWA MODRZEJEWSKA

UNIwersytet Warszawski

<https://orcid.org/0000-0003-0913-7540>

e.modrzejewska@uw.edu.pl

Retoryka racji i emocji w kryzysie – wprowadzenie do tematu numeru

Wiodącym wątkiem tematycznym numeru jest kryzys i retoryczne sposoby jego opisywania, odczuwania i/lub narzucania jego percepcji. Pojęcie ‘kryzys’ pochodzi z greckiego *krisis* ‘decyzja’. Początkowo było ono używane w dyskursie medycznym, oznaczając punkt zwrotny choroby, kiedy następuje ważna zmiana zdrowotna, decydująca o życiu lub śmierci pacjenta. Pojęcie ‘kryzys’ zawiera zatem potencjał zmiany na lepsze, poprawy i odrodzenia. Upowszechniło się jednak negatywne rozumienie tego terminu, związane z (często długotrwałą) sytuacją zagrożenia, ryzyka, niepewności. To właśnie znaczenie przyciągnęło uwagę autorów niniejszego numeru tematycznego, którzy odnieśli się do tego rozumienia kryzysu na przykładzie poezji (tekst Adama Pietrygi), dyskursu medialnego (artykuły autorstwa Marty i Pawła Tomczoków, Agaty Rębkowskiej i Jakuba Pstrąga) oraz kultury popularnej (studium Pawła Sarny i Róży Nordström).

Numer otwiera artykuł Adama Pietrygi pod tytułem »*Timor*«, »*ira*«, »*despectio*«. *O postsekularnej retoryce międzywojennej awangardy*. Kryzys, stanowiący punkt odniesienia dla analizowanych przez autora tekstów, to społeczne, gospodarcze i polityczne problemy II Rzeczypospolitej Polskiej, czyli lata 20. i 30. XX wieku. W tym kontekście historycznym i na tle ówczesnych konwencji stylistycznych, autor analizuje twórczość wybranych poetów awangardowych – Juliana Przybosa, Anatola Sterna, Brunona Jasińskiego i Jalu Kurka – perswazyjnie konstruujących wizję kryzysu z perspektywy prostego człowieka. Autor skupia się na retorycznej analizie języka religijnego i biblizmów jako środków wyrazu w społecznie zaangażowanych wierszach awangardowych. Środki te służą w szczególności poetyckiej ekspresji tytułowych emocji: gniewu (*ira*), strachu (*timor*) oraz wzgardy (*despectio*).

Marta Tomczok i Paweł Tomczok, w artykule »*Twojego życia nic już nie odmieni*«. *Retoryka spektaklu, kryzysu i metanoi w rozmowie Kamila Durczoka z Markiem Czyżem*, skupiają się na kryzysie indywidualnym – egzystencjalnym i wizerunkowym – z jakim zmagał się Kamil Durczok, znana postać polskiego

świata medialnego. Autorzy identyfikują rozmaite środki retoryczne, za pomocą których Kamil Durczok kreśli obraz własnego kryzysu życiowego, odpowiadając na pytania o niełatwe emocjonalnie rozpoznanie własnych błędów, próby zawrócenia ze złej drogi i chęci dokonania przemiany życia. Wywiad, w którym uczestniczy dwóch profesjonalistów, staje się dla autorów artykułu okazją do wielopłaszczyznowej analizy retorycznej sytuacji wyznania w społeczeństwie medialnego spektaklu – źródła nieusuwalnych napięć między pragnieniem odsłonięcia prawdy o sobie a silnie odczuwanym przymusem autoprezentacji.

Innym przejawem dyskursu dziennikarskiego zajmuje się Agata Rębkowska w tekście zatytułowanym *Koronawirus: między racją a emocją. Nominacja jako narzędzie retoryczne we francuskim dyskursie prasowym*. Kontekstem analiz jest kryzys związany z pandemią SARS-CoV-2, konstruowany dyskursywnie przez dziennikarzy. Wykorzystując metody francuskiej semantyki dyskursywnej, autorka omawia perswazyjne mechanizmy nadawania znaczenia społecznego słowom ‘koronawirus’ i/lub ‘wirus’ w prasie francuskiej. Autorka systematyzuje struktury nominacyjne wyróżnione w zebranych korpusie tekstów z dzienników oraz przedstawia ich funkcje perswazyjne, szczególnie dotyczące emocji. Wybór nazw okazuje się użytecznym narzędziem retorycznym, służącym konstruowaniu relacji nadawczo-odbiorczej i dotarciu do zróżnicowanych grup użytkowników mediów. Jest on również wykorzystywany do konstruowania lub dekonstruowania etosu rzetelnych mediów, a także do wyrafinowanych strategii stygmatyzacji, dramatyzacji i polityzacji.

Wpływem wyborów dyskursywno-retorycznych dziennikarzy na percepcję kryzysu przez czytelników zajmuje się również Jakub Pstrąg w artykule *Różne twarze uchodźcy – czyli o retorycznych strategiach zarządzania kryzysem na przykładzie historii »Dzieci z Michałowa«*. Kontekstem rozważań jest kryzys z 2021 roku, spowodowany obecnością uchodźców (w tym dzieci) na granicy polsko-białoruskiej, podjętymi w tej sytuacji działaniami władz polskich oraz oddolnymi inicjatywami obywateli w miejscowości Michałów i okolicach. Autor stawia sobie za cel pokazanie, że dziennikarze mediów prawicowych oraz liberalnych, konstruując dyskursywnie temat uchodźców zgodnie z odmiennie rozumianymi wartościami bliskimi każdej ze stron politycznego sporu, wykorzystują te same uniwersalne mechanizmy retoryczne, służące realizacji podstawowej strategii retorycznej zwanej identyfikacją.

Część związaną z tematem numeru zamyka artykuł Pawła Sarny i Róży Norström, zatytułowany *Niekończąca się historia. Memy internetowe w perspektywie narracji*. Podobnie jak w tekście Agaty Rębkowskiej, kontekstem analiz jest kryzys związany z pandemią SARS-CoV-2, ujmowany jednak nie z perspektywy profesjonalnych dziennikarzy, lecz użytkowników platform społecznościowych

Facebook i Instagram. Materiałem badawczym są memy publikowane w latach 2020-21, za pomocą których użytkownicy mediów społecznościowych próbowali odreagować długotrwały stres poprzez humor. Autorzy zidentyfikowali cztery typowe role bohaterów memów, które wpisują się w typowe scenariusze zachowania i odczuwania emocji. Te stereotypowe narracje perswazyjnie kształtują interpretację faktów, a przez to wpływają na tożsamości zbiorowe użytkowników mediów.

Jako redaktorki numeru składamy gorące podziękowania recenzentom nadesłanych tekstów: ich zaangażowanie i cenne uwagi krytyczne przyczyniły się do pogłębionych analiz tytułowych kwestii retoryki racji i emocji w czasach kryzysu.

Ponadto w jesiennym numerze „Res Rhetorica” polecamy analizę retoryki populistycznej amerykańskiego ruchu politycznego Tea Party (dział *Varia*). Autorzy artykułu pt. *Anti-pluralist arguments in the Tea Party online discourse: A mixed method analysis of populist rhetoric*, Robert Radziej i Katarzyna Molek-Kozakowska, przedstawiają badanie łączące analizę ilościową (słów kluczowych, konkordancji i tzw. sprzężeń) korpusu złożonego z informacji zamieszczonych na stronie ruchu Tea Party z analizą jakościową argumentacji. We wnioskach autorzy charakteryzują dominujące strategie dyskursywne, takie jak: homogenizacja pojęcia „prawdziwych patriotów”, aksjologiczna polaryzacja czy odwoływanie się do teorii spiskowych.

Czytelników zapraszamy również do zapoznania się z krótszymi formami – będącymi często komentarzem do istotnych społecznie wydarzeń. I tak w dziale #media Jazmin Del Salto w eseju *Spirals of fear: 2021 Presidential Elections in Ecuador* omawia strategie wyborcze bazujące na odwoływaniu się do strachu i poczucia zagrożenia, które jednocześnie mają pragmatyczny cel budowania własnych grup poparcia. W dziale *Reakcje* Czytelnicy mogą się zapoznać z dość nietypowym jak na nasz kwartalnik głosem Collina Thornburga, ucznia amerykańskiej szkoły średniej, który – zainspirowany kontaktem z polskim środowiskiem naukowym – opisuje swoje działania i refleksje związane z wybuchem wojny na Ukrainie.

W jesiennym wydaniu „Res Rhetorica” można przeczytać także sprawozdanie z corocznej konferencji retorycznej organizowanej przez Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II. Numer zamyka zaś sekcja „Recenzje”, w której Maria Załęska przedstawia książkę Alessandro Prato pt. *Retorica e comunicazione persuasiva. Le forme della manipolazione* (2021, Pisa, Edizioni ETS).

Zachęcamy do lektury oraz do udostępniania opublikowanych tekstów w wirtualnej przestrzeni naukowej.