

RETORYKA A MEDIA

Agnieszka Kampka*

Czy Hermogenes oglądałby telewizję? – starożytny podręcznik dla medioznawców

Czy liczący sobie blisko dwa tysiące lat podręcznik do nauki retoryki może być użytecznym narzędziem dla współczesnego badacza mediów? Czy możliwe jest przełożenie zasad dotyczących konstruowania mowy na reguły, które mogą pomóc tworzyć bardziej przekonujący program telewizyjny? Czy realne jest znalezienie wizualnych odpowiedników figur myśli i słów? Co w ogóle może łączyć starożytnego retora i telewizję?

Jeśli sięgniemy po nieliczne przekazy na temat Hermogenesa, możemy zaryzykować hipotezę, że on sam byłby dobrym bohaterem telewizyjnego programu. Wybitnie uzdolniony młody człowiek, którego przemowa zachwyciła samego cesarza; który w ciągu zaledwie dziesięciu lat, zanim ukończył 25. rok życia, napisał pięć traktatów retorycznych obejmujących całość zagadnień składających się na pełną edukację oratorską. Wreszcie – przekazy mówią o nagłej utracie talentu, długim życiu i śmierci w biedzie i zapomnieniu¹.

Trzy wspólne cechy retoryki i telewizji uzasadniają możliwość zastosowania aparatu retorycznego do analizy programów telewizyjnych. Po pierwsze, jest to cel przekazu – w obu przypadkach chodzi o perswazję. Po drugie, jest to forma przekazu, a więc komunikowanie za pomocą symboli. Po trzecie wreszcie – funkcje, jakie w czasach Hermogenesa pełniła retoryka, a dziś media, czyli stanowienie ważnego elementu sfery publicznej. W praktyce życia publicznego Cesarstwa Rzymskiego umiejętność przemawiania, a więc opanowanie sztuki retorycznej, było podstawowym wymogiem. Ludzie, którzy podejmowali decyzje polityczne, byli przede wszystkim odbiorcami mów – działania językowego nastawionego na perswazję.

* Dr hab., e-mail: agnieszka_kampka@sggw.pl; Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Nauk Społecznych, Katedra Socjologii; 02-787 Warszawa, ul. Nowoursynowska 166.

¹ Więcej na temat sporów dotyczących życia i dzieł Hermogenesa zob. H. Podbielski, *Hermogenes z Tarsu. Starożytny, renesansowy i obecny wizerunek jego postaci*, „Symbolae Philologorum Posnaniensium Graecae et Latinae” 2008, t. 18, s. 197–206.

Współcześnie ludzie podejmujący decyzje polityczne (czyli obywatele uczestniczący w debacie publicznej czy biorący udział w wyborach) są przede wszystkim odbiorcami programów telewizyjnych – perswazyjnego działania audiowizualnego.

Wizualność współczesnej kultury jest czymś bezdyskusyjnym. Obraz – zdjęcie, mem, infografika – są coraz częściej podstawową formą przekazu. Dlatego ważną sprawą jest dziś poszukiwanie wskazówek i narzędzi, które pozwolą na pogłębioną analizę tych zjawisk pod kątem ich siły perswazyjnej.

Dlaczego telewizja odgrywa tak ważną rolę w naszej kulturze i ludzie chcą ją oglądać? Co znajdujemy w sprawdzonych formatach seriali, debat wyborczych, transmisji sportowych i setkach *shows*? Badania nad telewizją to z jednej strony krytyczne artykuły dowodzące, jak negatywny wpływ na społeczeństwo wywierają media. Ale przecież nie ulega wątpliwości, że telewizja jest najpopularniejszą formą spędzania wolnego czasu dla ogromnej części społeczeństwa, a zatem lekceważąc ją lub traktując jako wynaturzenie czy upadek kultury, pozbawiamy się możliwości dowiedzenia się czegoś ciekawego na temat społeczeństwa. Telewizja może być postrzegana jako dyskurs ideologiczny, który narzuca nam preferowane odczytanie, uczy nas, jakie zachowania i przekonania są akceptowane i pożądane społecznie, a jakie powinny być odrzucone². Stąd konieczność rozwijania badań semiotycznych oraz retorycznych nad przekazem telewizyjnym, aby odkrywać sposoby, znaki, strategie perswazyjne, dzięki którym telewizja może narzucać bądź utrzymywać wzorce.

Badania w nurcie retoryki wizualnej mają swoje korzenie w analizach medioznawczych³. Retoryczne badania nad przekazem telewizyjnym prowadzone są od kilkudziesięciu lat⁴ i dotyczą wielu różnorodnych zagadnień, większość z nich wiąże się raczej z tematem perswazji (np. polityka, ideologia), ale znajdziemy także analizy konkretnych gatunków lub programów⁵.

Zakładamy, że retoryka jest elastyczna, funkcjonalna, organiczna, naturalna, a więc można ją zastosować w bardzo zmiennych okolicznościach. Jej ustalenia, przepisy, porady mogą być przydatne w różnych sytuacjach komunikacyjnych, niezależnie od czasu i miejsca. Stąd też próba dostosowania propozycji starożytnego retora – Hermogenesa z Tarsu – do współczesnego przekazu medialnego. Punktem odniesienia, swoistym materiałem kontrolnym, będą przede wszystkim telewizyjne programy informacyjne.

² J. Fiske, J. Hartey, *Reading television*, Routledge, London 2004, p. 12.

³ J.L. Edwards, *Visual Rhetoric*, [in:] *21st Century Communication. A Reference Handbook*, ed. William F. Eadie, Sage Publications, Los Angeles 2009, Vol. 1, p. 221.

⁴ Za ich początek można uznać książkę Rolanda Primeau *Rhetoric of Television* (Longman, New York 1979), w której autor dowodził, że przekaz telewizyjny można analizować za pomocą narzędzi retorycznych podobnie jak tekst.

⁵ *The Daily Show and Rhetoric. Arguments, Issues, and Strategies*, ed. T. Goodnow, Lexington Books, Lanham 2011.

Pierwszy pełny przekład na język polski traktatów przypisywanych Hermogenesowi zatytułowany *Sztuka retoryczna*⁶ ukazał się w 2012 roku jako efekt prac translatorskich Henryka Podbielskiego. Powstałe na przełomie II i III wieku traktaty były jednym z najpopularniejszych podręczników do retoryki w Cesarstwie Rzymskim, najczęściej wykorzystywanym i komentowanym podręcznikiem w Cesarstwie Bizantyjskim, a od XVI do XVIII wieku powszechnie używanym podręcznikiem w szkołach całej Europy. A zatem jest to dzieło, które przez wieki sprawdziło się w nauce sztuki przekonywania.

Przedmiotem niniejszego artykułu nie jest filologiczne badanie tekstu Hermogenesa bądź weryfikowanie jego atrybucji. Przyjmuję ustalenia Podbielskiego, który do zbioru prac Hermogenesa zalicza zarówno *O stanach sprawy*, *O postaciach stylu*, jak i *Progymnasmata*, traktat *O inwencji retorycznej* i *O formie stylu doskonałego*. Wykład Hermogenesa jest bardzo uporządkowany, przeznaczony dla odbiorcy, który stopniowo pokonuje kolejne poziomy odkrywania retoryki. Będzie zatem traktowany jako swoisty poradnik odczytywany przez współczesnego czytelnika.

Zadania retoryki

W starożytności retoryka miała do spełnienia jasno określone funkcje. Służyła do uprawiania polityki, do działania na scenie publicznej. Gdy przywołujemy jej początki, widać, że rodziła się jako narzędzie rozwiązywania konfliktów, gdy po upadku tyranii ludzie chcieli odzyskać ziemie, które zostały wcześniej uwłaszczone. „Retoryka stawała się publiczną i instytucjonalną koniecznością”⁷. Szkoła otwarta przez Gorgiasza w Atenach uczyła dwóch typów debaty – sądowej i filozoficznej⁸. A zatem retoryka była narzędziem przydatnym zarówno w codziennym życiu, jak i sposobem na pogłębianie wiedzy, sposobem poznawania. Do tego możemy odwołać się, z jednej strony próbując zastosować zasady retoryki jako widzowie telewizji, a z drugiej – jako krytyczni jej badacze. Retoryka pozwoli nam lepiej zrozumieć przekaz i jednocześnie wykroczyć poznawczo poza niego. Wzorcowa definicja retoryki bizantyńskiej głosi: „Retoryka jest to sztuka dotycząca zdolności słowa w działalności publicznej, mająca za cel mówić

⁶ Hermogenes, *Sztuka retoryczna*, przeł. i oprac. H. Podbielski, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2012.

⁷ M.M. Carrilho, *Korzenie retoryki. Starożytność grecka i rzymska*, [w:] M. Meyer, M.M. Carrilho, B. Timmermans, *Historia retoryki od Greków do dziś*, przeł. Z. Baran, Wydawnictwo Altheia, Warszawa 2010, s. 20.

⁸ Tamże, s. 25.

w sposób przekonujący według możliwości”⁹. Ten związek retoryki z polityką, z działalnością publiczną, jest bardzo istotny.

Jeden z anonimowych bizantyńskich autorów dodaje: „Retoryka jest sztuką dotyczącą słów i posiadającą moc; jest sprawczynią przekonywania w wypowiedziach publicznych na każdy przedłożony temat; wzbudza ona ufność, a nie naucza”¹⁰. Warto pamiętać, że w Bizancjum definicja retoryki Arystotelesa uchodziła za zbyt teoretyczną i za jej słabość uznawano brak powiązania z praktyką, z życiem politycznym¹¹.

Gdy porównamy starożytne i współczesne realia uprawiania retoryki, zauważamy wiele zmian. Różnice dotyczą zarówno mówców, jak i słuchaczy, tematów i formy wystąpienia, miejsca i środków komunikacji. Właściwie niezmiennie pozostały cele – chęć zdobycia władzy, pragnienie przekonania kogoś do własnego pomysłu, potrzeba zaprezentowania się jako człowiek kompetentny czy niezbędny. Nie agora czy rzymski senat, ale studio telewizyjne staje się dziś miejscem, w którym toczą się publiczne spory. Nie wielogodzinne oracje, ale serie internetowych memów mogą zmienić nastawienie wyborców do przeciwnika politycznego.

Stąd tytułowe pytanie – czy Hermogenes oglądałby telewizję? Odpowiedź na nie musi być twierdząca. Jako nauczyciel retoryki Hermogenes nakazywał uczniom korzystać z każdej sposobności, by przekonywać, gdyby żył współcześnie, nie mógłby zlekceważyć potężnego kanału perswazji, jakim jest telewizja. Następne pytanie: czy wskazówki, które dawał przyszłym retorom, mogą być przydatne w dzisiejszych realiach? Czy współczesny widz dzięki znajomościom retorycznych prawideł może stać się bardziej świadomym obywatelem? Czy twórca programów telewizyjnych, poznając reguły konstruowania perswazyjnego przekazu – może usprawnić swój warsztat? Wreszcie – czy badacz mediów może wykorzystać retoryczne schematy wytwarzania komunikatów do analizy komunikatów już wytworzonych?

A zatem niniejsze studium ma charakter wstępnego rozeznania – czy *Sztuka retoryczna* Hermogenesa może stać się użytecznym narzędziem w edukacji medialnej, praktyce dziennikarskiej i w badaniach medioznawczych.

Retoryka, zdaniem Hermogenesa, była przede wszystkim umiejętnością praktyczną. A skoro tak, może być badana (i nauczana) tylko przez praktykę. Przekaz telewizyjny jest dziś jednym z najpopularniejszych kanałów komunikacji. A zatem jest tym sposobem praktycznego uprawiania retoryki, z którym styka się dziś największa grupa odbiorców. Część ludzi chodzi na manifestacje i słucha przemówień liderów różnych ruchów społecznych, ale większa grupa

⁹ H. Cichocka, *Teoria retoryki bizantyńskiej*, Wydawnictwa UW, Warszawa 1994, s. 31.

¹⁰ Tamże, s. 5.

¹¹ Tamże, s. 12.

poprzestaje jedynie na obejrzeniu telewizyjnej relacji. Część osób działa w partiach politycznych, organizacjach pozarządowych, pracuje w samorządach i instytucjach państwowych, ale większość informacji na temat spraw publicznych czerpie z telewizji. Przejdźmy zatem szlakiem, który proponuje nam w swoim wykładzie starożytny autor.

Na przekaz telewizyjny możemy spojrzeć jako na element procesu socjalizacji. Od lat prowadzone są badania na temat oddziaływania telewizji na widzów, zwłaszcza najmłodszych. Stawiane są pytania o to, jak telewizja kształtuje świadomość ról społecznych, a więc oczekiwań, jakie członkowie społeczeństwa mają wobec osoby grającej określoną rolę: ojca, policjanta, dyrektora, przyjaciela itd. Podręcznik Hermogenesa może być użytecznym narzędziem do analizy gatunków telewizyjnych. Widz jest przecież – podobnie jak adept sztuki retorycznej – prowadzony przez kolejne poziomy trudności. Kilkuletni zaczyna od oglądania animowanych bajek i programów dla dzieci. Bajka, którą Hermogenes umieszcza na początku nauki, jest jednym z pierwszych ćwiczeń retorycznych. Bajka, jak twierdzi autor, „sama w sobie jest kłamstwem, ale jednocześnie czymś całkiem pod pewnymi względami pożytecznym dla życia”¹². Jest zmyślna, ale odbija prawdę. „[Retorzy] bajkę uważają za pierwsze ćwiczenie, jakie należy zalecić młodzieńcom. Ma ono bowiem moc wprowadzić w ich dusze lepszy ład i – jak sądzą – kształtować ich, kiedy są bardzo młodzi”¹³. Jeśli potraktujemy program telewizyjny jako proces adresowany do różnych grup odbiorców – kanały dyktowane dzieciom przepełnione są właśnie bajkami, które realizują wskazane wcześniej retoryczne założenia. Ich bohaterami są zwierzęta, maszyny, istoty fantastyczne, obdarzone określonymi cechami charakteru, różnorodnym zestawem zalet i przywar. Przygody, które przeżywają, mają wyraźny cel dydaktyczny – promują pewne zachowania i ganią inne. Służą socjalizacji, mają kształcić widzów na odpowiedzialnych uczestników życia zbiorowego, utrwalają normy i reguły obowiązujące w danej społeczności.

W programie telewizyjnym znajdziemy także odpowiedniki innych gatunków. Często pojawiają się one w różnych realizacjach, jak chociażby opowiadanie, które odnaleźć możemy na przykład w programach informacyjnych. Podobnie jest z chreją („Chreja jest wspomnieniem jakiegoś powiedzenia lub czynu, albo obydwu tych rzecz jednocześnie, które zawiera związłą wyrażoną myśl, i najczęściej z jakiegoś powodu jest pożyteczne”¹⁴) czy gnoma („Gnoma jest to związłą wypowiedź w formie prawdy uniwersalnej, która coś odradza lub doradza albo pokazuje, czym jest dana rzecz”¹⁵). Złożona struktura programów telewizyjnych sprawia, że formy te znaleźć możemy zarówno na poziomie

¹² Hermogenes, *Wstępne ćwiczenia retoryczne*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, rozdz. I, 4.

¹³ Tamże, rozdz. I, 1.

¹⁴ Tamże, rozdz. III, 1.

¹⁵ Tamże, rozdz. IV, 1.

konkretnego programu (np. „Wiadomości” TVP), jak i w jego poszczególnych elementach (np. wypowiedzi dziennikarza, wypowiedzi gościa, felietonie czy relacji reporterskiej).

O czym mówimy, co pokazujemy

Podstawą do dalszej nauki retoryki według Hermogenesa były studia nad stanami sprawy. To najważniejszy etap w kształceniu, rozwijający umiejętności budowania argumentacji. Badanie stanu sprawy to ćwiczenie analizy, wynajdywania i stosowania argumentów.

Warto zaznaczyć, że materiał do ćwiczeń, jaki polecają retorzy, gdy każą studentom roztrząsać sporne zagadnienia – nie jest zbiorem aktualnych obserwacji, uczniowie nie muszą odnosić się do obowiązującego systemu prawnego. Przykłady zaczerpnięte są albo z praw greckich miast-państw, albo są wymyślonymi przez retorów możliwymi scenariuszami¹⁶. Skoro tak, przekazy medialne mogą być świetnym materiałem do ćwiczeń właśnie ze względu na pewną umowność i nierzeczywistość, którą często zakładają. Taki charakter mają zarówno paradokumenty (np. *Dlaczego ja?*; *Pamiętniki z wakacji*; *Trudne sprawy*), jak i niektóre materiały w programach informacyjnych, dotyczące możliwych, prawdopodobnych lub przewidywanych działań polityków.

Hermogenes podkreśla nieustannie konieczność dostosowywania się mówcy do stanu wiedzy i opinii słuchaczy: „Najpierw więc należy rozpatrzyć sam czyn, jakiego jest on rodzaju i za jaki jest uważany: za szlachetny czy za podły, jakie zdanie mają na jego temat sędziowie i jak są ustosunkowani do jego dokonania”¹⁷. Przed podobnym zadaniem stoją dziennikarze przygotowujący telewizyjne programy informacyjne. Co widzowie wiedzą o sprawie i co o niej myślą? Czy relacja reportera ma wyrażać oburzenie czy pochwałę? Pożyteczne jest zazwyczaj porównanie serwisów informacyjnych różnych stacji. Możemy się wówczas przekonać, że zarówno sam dobór i hierarchia newsów, jak i sposób ich przedstawienia zależą od profilu nadawcy. Przy czym warto pamiętać, że profil nadawcy to nie tylko poglądy polityczne właściciela danej telewizji, ale przede wszystkim poglądy jej widzów. Jak wiadomo, odbiorcy mediów świadomie wybierają nadawców (stacje telewizyjne i radiowe, portale internetowe, gazety), które potwierdzają ich poglądy. Jest to zresztą jedno z kryteriów pozwalających ocenić poziom pluralizmu mediów¹⁸.

¹⁶ H. Podbielski, *Wstęp do: Hermogenes, O stanach sprawy*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, s. 145.

¹⁷ Hermogenes, *O inwencji retorycznej*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, ks. I, 94.

¹⁸ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy model mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przeł. M. Lorek, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007, s. 29.

Hermogenes stanowczo stwierdza, że retoryka nie rozstrzyga, czy istnieje sprawiedliwość lub pożytek, a jeśli tak, to czym jest. Retoryka służy natomiast zbadaniu, co za sprawiedliwe czy pożyteczne jest uważane w danym społeczeństwie¹⁹. Na tej podstawie możemy budować argumentację, która w retoryce jest podstawą wszelkich działań. Podobnie w badaniach nad mediami – pytanie o prawdziwość przedstawianych faktów jest tylko jednym z wielu, najważniejsze dotyczą tego, w jaki sposób przekaz telewizyjny przekonuje, że są to ważne fakty, które należy interpretować w taki, a nie inny sposób. Traktat Hermogenesa *O stanach sprawy* związany jest, rzecz jasna, przede wszystkim z retoryką sądową, niemniej dotyczy on sedna sporu, z którym mamy do czynienia w dyskursie medialnym. Jak wyjaśnia Podbielski, „doktryna «stanów sprawy» stanowi jedyną w swym rodzaju próbę wzięcia pod uwagę wszystkich przedmiotów dyskursu oratorskiego, z którymi może spotkać się mówca”²⁰. Zaczniemy od podstawowego podziału na sprawy zasadne i bezzasadne. W przypadku tych pierwszych mamy do czynienia z następującymi okolicznościami: osobę lub czyn można osądzić, a wyrok sądu nie jest oczywisty lub z góry przesądzony, poza tym, „istnieją przekonujące argumenty obydwu stron, są one odmienne i poparte dowodami”²¹. Takie warunki tworzą kwestię polityczną, która może stać się przedmiotem sporu. Rzecz jasna, relacja dziennikarska na temat jakiegoś zdarzenia to nie to samo, co mowa oskarżyciela lub obrońcy. Niemniej celem wielu przekazów telewizyjnych jest przekonanie widzów-sędziów do wydania nieformalnego wyroku (czego efektem może być spadek poparcia danej partii), a czasem nawet formalnego (manifestacja, skargi, listy protestacyjne itp.). W dyskursie medialnym mamy także do czynienia z materiałami na temat spraw, które Hermogenes uznałby za bezzasadne, gdy tylko jedna strona ma mocne argumenty (kwestia jednostronna) lub gdy obydwie strony mają równie mocne dowody (kwestia równoważna). Czasem brak wiedzy na temat okoliczności sprawy. Tematem na osobną dyskusję jest pytanie, czy kategorie wyróżnione przez Hermogenesa odnośnie do kwestii niemożliwych, niewiarygodnych i niegodnego postępowania mają jeszcze zastosowanie we współczesnej demokracji medialnej. Przykłady przytoczone przez autora są typowe dla podręcznika – tekstu, który ma rozwijać umiejętności krytyczne uczniów. Ale jak wspomniano już wcześniej, ten nieco sztuczny świat przykładów, materiału do ściśle szkolnych ćwiczeń, okazuje zadziwiające podobieństwo do często umownego świata kreowanego przez przekaz medialny. Z drugiej strony to, co niegdyś wydawało się niemożliwe – w nowych kontekstach społecznych może zaistnieć. Hermogenes jako przykład kwestii niewiarygodnej przywołuje przedstawienie Sokratesa uważanego za symbol doskonałości moralnej jako właściciela

¹⁹ Hermogenes, *O stanach sprawy*, ks. I, 29.

²⁰ H. Podbielski, *Wstęp do: Hermogenes, O stanach sprawy*, s. 141.

²¹ Hermogenes, *O stanach sprawy*, ks. I, 32.

burdelu²². Obecnie – zwłaszcza po aferze WikiLeaks możemy przytoczyć wiele przykładów działań, które wydawałyby się niewiarygodne (decyzje rządów, motywacje przywódców itd.), a jednak miały miejsce. Przykładem kwestii niemożliwej jest próba zdobycia władzy nad całą Grecją przez małą miejscinę lub dowodzenie, że Apollo Pytyjski kłamie²³. Jeśli chodzi o pierwszy przypadek – nabiera on innego znaczenia, gdy pomyślimy o kilku spektakularnych efektach kampanii wyborczych lub wielkich konfliktach, w wyniku których władza trafiała do osób czy grup niespodziewających się tego. Przykład drugi zakłada wspólnotę wierzeń, w przypadku dzisiejszych pluralistycznych społeczeństw nie zawsze mamy z nią do czynienia. Podobnie zresztą w kolejnym przykładzie Hermogenesa, który dotyczy „niegodnego postępowania”²⁴ – wiele obecnych sporów w debacie publicznej wynika z wątpliwości, czy prawo ma stać na straży dobrych obyczajów i jak te dobre obyczaje zdefiniujemy.

Potrzeba rozwijania umiejętności krytycznego myślenia, niezbędna w życiu świadomego obywatela i świadomego odbiorcy mediów podnoszona jest dziś niezwykle często. Systematyczny i przeznaczony do dydaktyki traktat Hermogenesa może być przydatny w edukacji medialnej. Stanowi on bowiem dobrą podstawę do szczegółowej analizy przekazu. Pozwala sięgnąć głębiej, jest punktem odniesienia do logicznej oceny treści i sensu telewizyjnego materiału. O jakiej sprawie mówią dziennikarze? Na czym polega spór? Jakie okoliczności, osoby i działania tworzą dane zdarzenie? Co lub kto podlega ocenie? Co jest jej podstawą? – to tylko kilka pytań, które można stawiać i szukać na nie odpowiedzi, bazując na drobiazgowych rozróżnieniach starożytnego autora.

W jaki sposób przekonać

Kolejny traktat dotyczy inwencji, a więc zadania, jakie stoi przed mówcą, gdy musi on dokonać wyboru, jak ma przedstawić sprawę, jakich argumentów użyć. W traktacie przedstawione zostały problemy inwencyjne w odniesieniu do trzech części klasycznej mowy: wstępu, przedstawienia sprawy (opowiadania) i argumentacji. Jeśli chodzi o przekaz telewizyjny, w traktacie tym możemy poszukiwać wielu wskazówek na temat odczytywania struktury programu czy relacji, znaczenia poszczególnych jego części.

Wstęp, jak wiadomo, to bardzo ważny element przekazu, ponieważ służy nawiązaniu kontaktu z odbiorcami i daje pierwszą sposobność do przedstawienia pro-

²² Tamże, ks. I, 33.

²³ Tamże.

²⁴ Tamże.

ponowanej definicji sytuacji. Wstęp jest ściśle powiązany z rozpoznaniem sprawy, jest dostosowany do tego, co mówca chce osiągnąć i co wiedzą o danej sprawie odbiorcy. Jeśli odniesiemy to do języka telewizji i zatrzymamy się na programie informacyjnym – co pełni w nim funkcje wstępu? Po pierwsze – czołówka programu. Bardzo często wykorzystywane są tu migawki z wydarzeń, obrazy reporterów, panoramiczne zdjęcia danego kraju czy regionu, wreszcie – obrazy ze studia. Wszystko to służy pokazaniu, z jak profesjonalnym nadawcą mamy do czynienia. Kolejnym wstępem są zapowiedzi najważniejszych informacji. Bardzo skrótowa forma – jedno, dwa zdania prezentera i kilkusekundowy fragment materiału. Trzecią formą wstępu są podprowadzenia materiałów reporterskich, kilka zdań czytanych przez prezentera, które wyjaśniają, co widzowie za chwilę obejrzą. Niewątpliwie pełnią one funkcję przedargumentacji: „Jej zadaniem jest przedłożenie na wstępie głównych punktów i kwestii, które wytyczają zamierzony przedmiot sprawy”²⁵.

Hermogenes szczegółowo omawia także wybrane zagadnienia związane ze sposobami przedstawiania sprawy. Jednym z takich zagadnień jest ozdobność – autor definiuje ją jako opowiadanie o wszystkich szczegółach, aby słuchacze mogli wyobrazić sobie, co się stało. Chodzi o „unaocznienie”, nie ma tu miejsca na rozważanie przyczyn i konsekwencji, argumentem staje się sam sposób opisu zdarzenia²⁶. Reporterzy w programach informacyjnych bardzo często sięgają po ten środek, zwłaszcza w przypadku relacji z wypadków czy katastrof – chodzi tu o sytuacje, w których drobiazgowo pokazywane są okoliczności zdarzenia. Poza zdjęciami na przykład z miejsca wypadku, zdarza się sięganie po symulacje komputerowe, jak mogło to wszystko wyglądać. Ciekawe wyniki mogłoby przynieść także porównanie przekazu werbalnego z wizualnym – w którym z nich i w jakim stopniu reporter wykracza poza ozdobność i próbuje pokazać coś więcej niż możliwe do zaobserwowania zdarzenia i okoliczności, czyli chociażby przyczyny i skutki tych zdarzeń.

Ekfrazę („opis, opisowa charakterystyka postaci lub rzeczy”²⁷) tradycyjnie definiuje się także jako słowny opis obrazu. Jej niezbędnymi cechami były zawsze jasność i żywość. Ekfrazą miała zwiększać obrazowość opisu, a przez to perswazyjność całości²⁸. Czy jednak nie byłoby zasadne użycie tego terminu w odniesieniu do takich form obecnych w przekazy telewizyjnym czy reklamowym, które mają unaocznić nam to, o czym mowa? Czy na przykład ruch kamery przesuwał się powoli po puszcze reklamowanego produktu albo wirtualna sala sejmowa, którą w czasie telewizyjnego wieczoru wyborczego zapełniają wirtualni politycy danej partii w zależności od sondażowych wyników, filmy do-

²⁵ Hermogenes, *O inwencji retorycznej*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, ks. II, 126.

²⁶ Tamże, ks. III, 166–167.

²⁷ J. Ziomek, *Retoryka opisowa*, wyd. 2 popr., Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 2000, s. 90.

²⁸ F. D’Angelo, *The Rhetoric of Ekphrasis*, „A Journal of Composition Theory” 1998, Vol. 18, No 3, pp. 439–447.

kumentalne pokazujące zabytki, programy kulinarne, których wielkim finałem jest zbliżenie kamery na półmisek z przygotowaną potrawą – czy te wszystkie formy nie są bliskie ekfrazie? Ruch kamery jest w ogóle jednym z najważniejszych środków retorycznych²⁹, jego rolę można porównać do iloczasu.

Kiedy zastanawiamy się nad możliwością przełożenia figur retorycznych na język obrazu telewizyjnego, czy szerzej – kategorii i pojęć retorycznych na przekaz wizualny, warto pamiętać, że nie wszystkie gatunki telewizyjne w równym stopniu się do tego nadają. Kiedy wczytujemy się w wykład Hermogenesa, nie ulega wątpliwości, że choć wciąż aktualna pozostaje Arystotelesowska definicja, że retoryka to sztuka wynajdywania tego, co prawdopodobne, o tyle sztukę tę stosuje się najczęściej w określonych sytuacjach. Nieprzypadkowo Hermogenes, rozpoczynając swój wywód na temat stanów sprawy, zaczyna od zdefiniowania kwestii politycznej. Bo to właśnie główny cel retoryki – przekonywać w sprawach istotnych. Dlatego pierwszeństwo w analizie może przypaść programom informacyjnym i publicystycznym. Nie znaczy to oczywiście, że środki retoryczne nie są stosowane także w innych gatunkach, przecież nawet w programach czysto rozrywkowych wykorzystywane są zabiegi, które mają przyciągnąć bądź utrzymać emocje widzów, niemniej to w gatunkach publicystycznych podstawowym celem jest kształtowanie opinii.

Obserwowana dziś tabloidyżacja mediów, która – jak wiadomo – przejawiać może się zarówno w doborze treści, jak i formie językowej lub wizualnej, kieruje w stronę pojęcia „stylu w złym guście”, który „powstaje przy [przedstawianiu] tego, co niemożliwe, co niespójne logicznie, a także tego, co jest wewnętrznie sprzeczne, szpetne, bezbożne, nieprawe lub przeciwne naturze”³⁰. Za przyczynę złego stylu Hermogenes uznaje m.in. popolitość³¹. Skupianie uwagi na mało znaczących sprawach, niewiele wnoszące komentarze i puste treściowo wypowiedzi są stałym punktem wielu programów telewizyjnych.

Styl obrazu

Jednym z najsłynniejszych traktatów Hermogenesa jest traktat *O postaciach stylu*. Autor wymienia dwadzieścia różnych kategorii stylistycznych. Każdą z nich tworzą trzy elementy: charakter treści, forma wypowiedzi (figury myśli) i rodzaj

²⁹ Zob. B. Timberg, *The Rhetoric of the Camera in Television Soap Opera*, „Journal of American Culture” 1983, Vol. 6, No 3, pp. 76–81; V.V. Kidd, *To Shape and Direct the Audience's Point of View: Production Appeals*, <http://www.csus.edu/indiv/k/kiddv/ProductionTechniques.htm> [dostęp: 15.01.2015].

³⁰ Hermogenes, *O inwencji retorycznej*, ks. IV, 202.

³¹ Tamże, ks. IV, 203.

wysłowienia (dobór słownictwa, figury języka)³². Wszystkie te elementy możemy odnieść także do przekazu wizualnego. Charakter treści nie zmienia się, figury myśli można odnaleźć w kompozycji poszczególnych programów – czy wypowiediany przez reportera tekst zostanie zilustrowany obrazem tego reportera czy zdjęciami z zamieszek, na jakim tle zostanie przedstawiony ekspert, w jakiej scenie zostanie uchwycony polityk itd. Natomiast rodzaj wysłowienia można przełożyć na język obrazu, zastanawiając się nad klasycznymi narzędziami obrazowania: perspektywą, kadrem, ostrością, głębią, kontrastem, podobieństwem.

Kiedy mówimy o stylu retorycznym, musimy pamiętać o jego historycznej zmienności, nie istniał nigdy jeden obowiązujący wzorzec. Rozważania na temat stylu najczęściej wiążą się z którąś z dwóch tradycji – lingwistyczną lub performatywną. W pierwszej z nich styl rozumiany jest jako wszystkie środki językowe użyte w danym tekście, które odróżniają go od innych. W drugiej – styl wyraża się nie tylko poprzez słowa, ale także przez gesty czy mimikę. O ile pierwsze rozumienie stylu należałoby łączyć z *elocutio*, o tyle drugie – raczej z *actio*. W przypadku telewizji mamy do czynienia z jednoczesnym realizowaniem obu tych form stylu³³.

Według Hermogenesa podstawowym warunkiem jest jasność i przejrzystość³⁴. W przypadku wiadomości telewizyjnych niewątpliwie możemy mówić o próbie takiego właśnie konstruowania przekazu. W podręcznikach retoryki zaleca się zachowywanie rytmu mowy codziennej³⁵ – to samo odnajdujemy w reporterskich relacjach (choć reporterzy często mówią szybciej niż przeciętni użytkownicy języka, obrazy zmieniają się w tempie, które jest normalne dla ludzkiego oka, zwłaszcza oka przyzwyczajonego do oglądania telewizji).

Osobną sprawą jest próba przełożenia konkretnych rozwiązań formalnych związanych z wytwarzaniem obrazu – sposób kadrowania, montażu itd. na cechy, które Hermogenes łączy z określonymi odmianami stylu. Z pewnością można byłoby próbować przełożyć wiele środków werbalnych na język obrazów. Czy na przykład za odpowiednik okresu zdaniowego można uznać kadr? Wśród wielu figur znajdujemy na przykład koło – gdy zaczynamy i kończymy tym samym wyrazem³⁶ – również relację reporterską możemy rozpocząć i zakończyć tym samym zdjęciem.

Powaga, świetność, szorstkość, gwałtowność, rozkwit, obfitość – to cechy, które odnaleźć możemy w konkretnych rodzajach stylu, każda jego odmiana wiąże się z określoną tematyką. Styl poważny służy przedstawianiu prawd

³² Hermogenes, *O postaciach stylu*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, ks. I, 220; zob. H. Podbielski, *Wstęp do: Hermogenes, O postaciach stylu*, s. 355; H. Cichocka, dz. cyt., s. 107.

³³ B. Brummet, *Rhetorical Style*, [in:] *21st Century Communication...*, pp. 249–257.

³⁴ Hermogenes, *O postaciach stylu*, ks. I, 227.

³⁵ Tamże, ks. I, 229.

³⁶ Hermogenes, *O inwencji retorycznej*, ks. IV, 195.

ogólnych, uniwersalnych³⁷. Ten rodzaj stylu w telewizyjnych wiadomościach pojawia się niezwykle rzadko, czasem przy okazji narodowych rocznic. Częściej można zauważyć styl świetny, który służy opisaniu czynów chwalebnych, ale nie tak wielkich, żeby wymagały stylu poważnego. Styl świetny w telewizji wydaje się być zarezerwowany dla zmarłych i ludzi zasłużonych kończących swoją pracę. Styl obfity Hermogenes wiąże z następującymi sposobami wyrażania myśli: inwersją, mnogością synonimów, wyliczeń itd. Właściwie są to cechy dość typowe dla mediów audiowizualnych w ogóle. Mnogość synonimów to przecież nie tylko różne zdjęcia pokazujące to samo trochę inaczej, ale także uzupełniające się słowa i obrazy, przy czym w telewizji informacyjnej są to zarówno słowa wypowiedane, jak i pisane: podpisy identyfikujące rozmówców, informacje na pasku.

Szorstkowość i gwałtowność to cechy, które dość często można rozpoznać w materiałach informacyjnych. Obydwa powiązane są z krytyką, dlatego pełno w nich polemik, oskarżeń, apostrof, złośliwych neologizmów, pytań retorycznych. Piękno stylu przejawia się w łagodności, tak ukształtowana wypowiedź ma przede wszystkim sprawiać przyjemność, oczarować odbiorców. Nie sposób oprzeć się wrażeniu, że z tą odmianą stylu mamy najczęściej do czynienia w reklamach. Żywość z kolei, oparta na szybkości mowy, wielości antytez i krótkich pytań – może sprawić, że słuchacze będą czuli zdenerwowanie i zniecierpliwienie. Ten ton pobrzmiewa w relacjach dotyczących na przykład służby zdrowia lub w dyskusjach prowadzonych w studiu telewizyjnym, w których uczestniczą przedstawiciele opozycyjnych względem siebie ugrupowań politycznych.

W informacyjnych programach telewizyjnych odmiany stylu można analizować na kilku poziomach. Pierwszy to poziom werbalny. Cechy danego stylu możemy odnajdować po prostu w wypowiedziach dziennikarzy, gości czy bohaterów relacji. Drugi poziom to warstwa czysto wizualna. Szorstkość obrazu to na przykład silne kontrasty, wywołująca niepokój perspektywa. Odpowiednikami słownych synonimów i wyliczeń będą konkretne obrazy, na przykład w materiale o kłopotach służby zdrowia może pojawić się: zdjęcie kolejki przed rejestracją w przychodni, zdjęcie zatłoczonego korytarza, zdjęcie pacjenta rozmawiającego z lekarzem, zdjęcie budynku przychodni, zbliżenie na tabliczkę informacyjną, zbliżenie na tablicę ogłoszeń itd. Czy obraz może być wykrzyknieniem? Wydaje się, że tak – taką rolę odgrywają chociażby zbliżenia na twarz człowieka, który przeżywa intensywne emocje, płacze, krzyczy, śmieje się. Ruch kamery – zbliżającej i oddalającej od obiektu w określonych sytuacjach może być traktowany chociażby jako odpowiednik podnoszenia i ściszenia głosu. Rzecz jasna, każda próba przyporządkowania rozwiązań wizualnych konkretnym cechom retorycznego stylu wymaga uwzględnienia kontekstu. To, co w jednym wypadku może

³⁷ Hermogenes, *O postaciach stylu*, ks. I, 247.

zostać zaliczone do cech stylu gwałtownego, w innym wcale nie musi o tym stylu świadczyć.

Pozostaje trzeci poziom analizy stylu w przekazie telewizyjnym – chodzi o połączenie kodów werbalnych i wizualnych. Na tym przecież polega fenomen mediów audiowizualnych. Jak wiadomo, relacja między słowem i obrazem może opierać się na równej pozycji obu mediów lub dominacji jednego z nich. W przypadku równości mogą być one niezależne lub uzupełniać się. Radan Martinec i Andrew Salway wyróżnili kilka kategorii możliwych relacji między słowem a obrazem; mogą być one przydatne, gdy podejmiemy próbę analizy retorycznej przekazu, ponieważ pytanie o funkcje, jakie pełnią konkretne elementy, jest kluczowe. I tak możemy mówić o odwzorowaniu lub rozszerzeniu znaczenia. W przypadku rozszerzenia zaś może ono polegać na uszczegółowieniu, rozbudowaniu, uwydatnieniu lub odwzorowaniu³⁸. Precyzyjne wskazanie charakteru tych relacji pozwoli badać ich znaczenie w perswazji.

To współdziałanie kodów może być wykorzystywane chociażby do zastosowania pominięcia i przemilczenia, służącego temu, by „w myślach słuchaczy zakodować odnośnie do przedmiotowej sprawy domysł idący dalej niż mówimy”³⁹. W programach informacyjnych znajdziemy także przykłady stylu komediowego, który opiera się na parodii, przewrotnych porównaniach lub zaskakujących wypowiedziach. W każdej stacji telewizyjnej są dziennikarze wyspecjalizowani w przygotowywaniu dowcipnych, złośliwych felietonów filmowych, które dotyczą spraw nie tyle z pierwszej ligi politycznej, co z pierwszej ligi absurdu.

Hermogenes potwierdza znaną prawdę, że wielkie rzeczy nie wymagają wielu słów – im są większe, tym większą zwięzłość narzucają. Tymczasem to, co blahe, często kryje się w bardzo ozdobnej i obfitującej w słowa (lub obrazy) oprawie⁴⁰. Telewizja, zwłaszcza dwudziestoczworogodzinne kanały informacyjne bardzo intensywnie korzystają z tej drugiej możliwości. Zdarza się, że niespecjalnie ważne wydarzenie urasta do rangi wiadomości dnia tylko dlatego, że nic innego ważnego się nie dzieje, a w tym akurat przypadku telewizja dysponuje dużą ilością nagrań (szczególnym przykładem są tu wszelkiego rodzaju wypadki i katastrofy, do których dochodzi w dni świąteczne). I odwrotnie – czasem nawet bardzo ważna informacja nie zaistnieje w serwisach po prostu z powodu braku zdjęć.

Badania nad retoryką wizualną przez długi czas zmagaly się z problemem, jaki wynikał ze zderzenia oczekiwań i rzeczywistych realizacji. Wysokie standardy dotyczące argumentacji, jej racjonalności, wartości dowodzenia w retoryce, zgodne z tradycją Arystotelesowską rodziły wątpliwości, czy można tak badać

³⁸ R. Martinec, A. Salway, *A system for image – text relations in new (and old) media*, „Visual Communication” 2005, No 4, pp. 337–371.

³⁹ Hermogenes, *O formie stylu doskonałego*, [w:] tenże, *Sztuka retoryczna*, rozdz. 7, 420.

⁴⁰ Tamże, rozdz. 33, 450.

przekaz medialny, który nasycony jest przede wszystkim emocjami i często próżno w nim szukać logicznych czy etycznych dowodów⁴¹. Dlatego wciąż ważną sprawą jest poszukiwanie metod, które pozwolą analizować przekaz telewizyjny pod kątem jego perswazyjnego celu, a jednocześnie przy uwzględnieniu całej specyfiki tego przekazu. Podręcznik Hermogenesa niewątpliwie jest jednym ze źródeł, które mogą być przydatne w tworzeniu takiej metodologii.

Bibliografia

- Brummet B., *Rhetorical Style*, [in:] *21st Century Communication. A Reference Handbook*, ed. William F. Eadie, Sage Publications, Los Angeles 2009, Vol. 1, pp. 249–257.
- Carrilho M.M., *Korzenie retoryki. Starożytność grecka i rzymska*, [w:] M. Meyer, M.M. Carrilho, B. Timmermans, *Historia retoryki od Greków do dziś*, przeł. Z. Baran, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2010, s. 17–80.
- Cichocka H., *Teoria retoryki bizantyńskiej*, Wydawnictwa UW, Warszawa 1994.
- D'Angelo F., *The Rhetoric of Ekphrasis*, „A Journal of Composition Theory” 1998, Vol. 18, No 3, pp. 439–447.
- Edwards J.L., *Visual Rhetoric*, [in:] *21st Century Communication. A Reference Handbook*, ed. William F. Eadie, Sage Publications, Los Angeles 2009, Vol. 1, pp. 220–228.
- Fiske J., Hartey J., *Reading television*, Routledge, London 2004.
- Hallin D.C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy model mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przeł. M. Lorek, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.
- Hermogenes, *Sztuka retoryczna*, przeł. i oprac. H. Podbielski, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2012.
- Kidd V.V., *To Shape and Direct the Audience's Point of View: Production Appeals*, <http://www.csus.edu/indiv/k/kiddv/ProductionTechniques.htm> [dostęp: 15.01.2015].
- Martinec R., Salway A., *A system for image – text relations in new (and old) media*, „Visual Communication” 2005, No 4, pp. 337–371.
- Podbielski H., *Hermogenes z Tarsu. Starożytny, renesansowy i obecny wizerunek jego postaci*, „Symbolae Philologorum Posnaniensium Graecae et Latinae” 2008, t. 18, s. 197–206.
- Primeau R., *Rhetoric of Television*, Longman, New York 1979.
- The Daily Show and Rhetoric. Arguments, Issues, and Strategies*, ed. T. Goodnow, Lexington Books, Lanham 2011.
- Timberg B., *The Rhetoric of the Camera in Television Soap Opera*, „Journal of American Culture” 1983, Vol. 6, No 3, pp. 76–81.
- Ziomek J., *Retoryka opisowa*, wyd. 2 popr., Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 2000.

⁴¹ J. Edwards, dz. cyt., p. 222.

Agnieszka Kampka

Would Hermogenes Watch Television? Antiquity's Textbook for Media Scholars

(Summary)

The purpose of this article is to examine whether the work of Hermogenes can be useful in the analysis of the media. The Polish translation of the Byzantine textbook becomes an opportunity to reflect on the universality of the principles of creating persuasive messages.

According to Hermogenes, rhetoric is the practical, civic skill of persuasion on important matters. Today, his ideas can be applied to television news. His textbook teaches us how to analyse the structure of television programmes, how to find – at a verbal and visual level – rhetorical figures.

Key words: Hermogenes, television, rhetoric.