

Żaneta SzlachcikowskaUniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Wydział Językoznawstwa
ORCID 0000-0002-0726-1102

HIPERBOLA I LITOTA I ICH FUNKCJE W NAGŁÓWKACH DZIENNIKA REGIONALNEGO „GAZETA POMORSKA”

I. Wstęp

„W naszej prasie codziennej pojawia się wiele tytułów martwych, bezbarwnych, ogólnikowych, jednym słowem – złych” – pisał w latach sześćdziesiątych Walery Pisarek [1967: 127]. Obecnie nagłówek¹ – podstawowe narzędzie pozyskiwania czytelników [Kajtoch 2016: 213] – nie rzadko stanowi odzwierciedlenie sensacji mającej na celu poruszyć opinią publiczną. Z tej przyczyny za Walerym Pisarkiem uznaję, że elementem obudowy składniowej nagłówków prasowych są m.in. tzw. wyrazy stylistycznie nieobojętne [Pisarek 1967: 116], których użycie ma przykuć uwagę czytelnika.

W literaturze przedmiotu z zakresu nauk humanistycznych kwestia nagłówków jest ukazywana z wielu perspektyw². Dla rozważań podjętych

¹ Oto wybrane definicje terminu: 1) „Nagłówki to tytuły, podtytuły, śródtytuły, nadtytuły. Tytuł ma wskazywać na istotę informacji, a w odniesieniu do tekstu publicystycznego ma wyjawiać stanowisko autora, prowokować do przemyślenia. Ryzykowna jest zasada zaciekawienia tytułem za wszelką cenę – to domena prasy brukowej” [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman 2006: 187]. 2) „Nagłówek w gazecie lub czasopiśmie – tytuł główny wypowiedzi prasowej, działu lub rubryki razem z ewentualnymi nadtytułami i podtytułami. Nagłówek informuje o treści i formie wypowiedzi, zachęca do jej przeczytania, oddziela od siebie poszczególne wypowiedzi, uatrakcyjnia graficznie kolumnę” [Maślanka 1976: 150]. W niniejszym artykule leksemy *nagłówek* i *tytuł* traktuję synonimicznie.

² Nagłówki można typizować z uwagi na znaczenie strukturalne, znaczenie referencyjne i znaczenie pragmatyczne [Pałuszyńska 2006]. Tytuły charakteryzuje się w ujęciu: retoryki [Kajtoch 2011], zmian językowych [Pałuszyńska 2016], budowy i funkcji [Pawłowska 2010], perswazji [Kasiak 2016], czy też w ujęciu pragmatycznym [Olejniczak 2017].

w prezentowanym szkicu bliska staje się perspektywa badawcza Patrycji Pelc [2011], która proponuje podział tytułów ze względu na użycie przeciwstawnych sobie: hiperboli i litoty, budowanych w szczególności za pomocą konwencjonalnych metafor: militarnej, strachu, apokaliptycznej czy też odwołujących się do tematów tabu. Z uwagi na to, że badaczka bazuje na materiale wyekscerpowanym z tygodnika ogólnopolskiego, celem niniejszego szkicu jest porównanie, czy tożsame zabiegi stylistyczne, z użyciem hiperboli i litoty, są wykorzystywane również przez dziennikarzy regionalnej gazety codziennej. Materiał badawczy stanowią zatem tytuły zaczerpnięte z dostępnego w województwie kujawsko-pomorskim dziennika „Gazeta Pomorska”³. Analizie poddano nagłówki wyekscerpowane z pierwszego półrocza 2018 roku, razem 150 wydawanych numerów dziennika. Korpus badanych tekstów objął czterysta tytułów. W prezentowanym szkicu niezbędne okazało się przywołanie krótkiej charakterystyki treści materiału, ponieważ „nagłówek nie jest tekstem samoistnym, ale jest interpretowany tylko w związku z artykułem, do którego się odnosi” [Lewicki 2004: 104]. Zdaniem wielu prasoznawców i językoznawców⁴ podstawową funkcją nagłówka jest informowanie o treści artykułu, a w konsekwencji skłonienie do przeczytania tekstu [Pisarek 1967: 8]. Współcześnie akcentuje się również marketingową rolę nagłówków [Wojenka-Karasek 2015: 151].

II. Analiza językowo-stylistyczna nagłówków

1. Nagłówki z hiperbolą

Na początku zanalizowano nagłówki, w których dziennikarze (twórcy, autorzy, publicyści) wykorzystali hiperbolę – łącznie 38 tytułów, co stanowi około 10% materiału badawczego. Według *Słownika terminów literackich* pod redakcją Janusza Sławińskiego hiperbola to „przedstawienie jakiegoś zjawiska wyolbrzymiające jego wygląd, znaczenie, działanie i oddziaływanie” [STL, 2008: 197]. Analizowany środek stylistyczny jest świadomym zabiegiem stylizacyjnym, polegającym na przedstawieniu danego przedmiotu lub zjawiska w sposób przesadny [ISJP/PWN, 2014, t. 1: 508], to inaczej wyolbrzymiające zwielokrotnienie cech przypisywanych opisywanym przedmiotom [Sierotwiński 1966: 104]. Użycie hiperboli może być znakiem silnego zaangażowania emocjonalnego nadawcy komunikatu [Sławiński 1988: 182].

³ Na łamach „Gazety Pomorskiej” publikowane są zarówno materiały z PAP-u, jak i teksty lokalne tworzone przez regionalnych dziennikarzy.

⁴ Por. Tetelewska 1972: 112–113; Wojtak 2008: 18–19; Maliszewski 2013: 47.

1.1. *Codziennosc to wojna*

Pierwszą kategorią, jaką można wyodrębnić w analizowanym materiale badawczym, jest metaforyka militarna, za pomocą której rzeczywistość przedstawia się jako pole bitewne. Jak tłumaczy Walery Pisarek [2007: 84], „wydarzenia konfliktowe przyciągają uwagę bardziej niż bezkonfliktowe”. Charakterystyczne, że zapowiadana w tytułach artykułów treść nie odnosi się do opisu zdarzeń wojennych, co niewątpliwie wzmacnia hiperbolizację:

- [1] *Kujawsko-pomorskie szykuje się do walki* (o akcji związanej z afrykańskim pomorem świń) [GP, 06.02.2018, s. 6]⁵.
- [2] *Himalaiści nie idą w góry, by się zabić* (wywiad z himalaistą Marcinem Miotkiem o akcji na Nanga Parbat) [GP, 29.01.2018, s. 2].
- [3] *Bitwa o tanie masło, czyli jak duże sklepy przyciągają klienta* (obraz Polski po sześciu niedzielach bez handlu) [GP, 24.04.2018, s. 1].
- [4] *Szarpnięta godność. Od próśb do okupacji* (o proteście rodzin osób niepełnosprawnych w Sejmie) [GP, 27.04.2018, s. 22–23].
- [5] *Bezwonny, usypia ofiary i po cichu je zabija* (o skutkach zatrucia tlenkiem węgla) [GP, 19.01.2018, s. 6].
- [6] *W Łubiance wojna o zdrowy rozsądek* (o projekcie budowy chlewni w Łubiance) [GP, 30.03.2018, s. 24].
- [7] *Krzysztof Brejza: wróg publiczny Prawa i Sprawiedliwości* (rozmowa z posłem PO, Krzysztofem Brejzą) [GP, 27.04.2018, s. 28].
- [8] *Nie składają broni. Są gotowi walczyć o program in vitro* (o działaniach grudzieżkiej grupy będącej inicjatorami uchwały dotyczącej refundacji zabiegów in vitro) [GP, 17.04.2018, s. 10].
- [9] *Rozpoczęła się walka o głosy* (o początku kampanii wyborczej kandydatów PiS i PO) [GP, 30.04.–1.05.2018, s. 9].

Jak wyjaśnia Jerzy Bralczyk, umowność figur retorycznych, m.in. metafor czy porównań, powoduje, że nierzadko stają się one narzędziem manipulacji. Wiele metafor odsyła do ściśle określonych zjawisk, np. budowania czy też niszczenia. Owe odwołania mają wywołać u odbiorcy określone skojarzenia [2000: 247]. Charakterystyczne, że cytowane tytuły opisują zdarzenia społeczne (pomór świń, wspinaczka górską, zakupy, protest, zatrucie tlenkiem węgla, inwestycja). Przykłady (7–9) sytuują się w obszarze działań związanych z polityką. W literaturze przedmiotu wskazuje się na eksponowaną w tekstach medializację polityki, realizowaną za pomocą: sensacji, skandalizacji, prowokacji [Karwat 2014: 291]. Jest to celowy zabieg – tytuł ma uruchamiać wyobraźnię czytelnika na poziomie treści [Kajtoch 2016: 215].

⁵ Stosuję następujący porządek cytowania: GP – na oznaczenie „Gazety Pomorskiej”, data wydania (dd-mm-rrrr), strona.

1.2. Sport to wojna

Sport jest przestrzenią walki i rywalizacji, dlatego nietrudno o skojarzenie z nim metaforyki wojny lub militarnej. Jak zauważa Agnieszka Ogonowska [2010: 73]: „media kreują fakty, które wtórnie zyskują na realności po tym, jak stały się elementem spektaklu, częścią newsa, przedmiotem uwagi opinii publicznej”. Czytelnik zaczyna interesować się tekstem. Aktywizowanie jego wyobraźni odbywa się za pomocą przekazu językowego [Kasiak 2016: 124]. Wybór określonych środków retorycznych w tytule zbliża nagłówek do wypowiedzi niosącej cechy streszczenia, a zarazem reklamy artykułu prasowego [Pawłowska 2010: 107], do przeczytania którego zachęcają różne tropy stylistyczne. Autorzy materiałów prasowych dokładają wszelkich starań, aby wykorzystać potencjał semantyczny wyrazów zaczerpniętych z innych tekstów kultury. Odwołanie do metaforyki tekstu wyjściowego uruchamia określone konotacje. Odbywa się to zarówno na płaszczyźnie leksykalnej, jak i semantycznej [Wojenka-Karasek 2015: 155–156]. Przykładem intertekstualnego nagłówka jest następujący tytuł:

[10] *Stefan Hornbacher: Jak rozpętałem II szaleństwo na skoki w Polsce* (przybliżenie sylwetki Hornagachera) [GP, 26.01.2018, s. 28] – stanowiący hiperboliczną aluzję do tytułu filmu: *Jak rozpętałem II wojnę światową*.

Oto inne nagłówki, których autorzy konceptualizują sport jako przestrzeń wojny:

[11] *Mistrz pobity. Artego z bonusem* (o meczu zawodniczek drużyny Artego) [GP, 05.02.2018, s.14].

[12] *Derby poturbowanych. To już czas rozliczeń?* (zapowiedź meczu „Derby Pomorza”) [GP, 24.04.2018, s. 24].

[13] *MrGarden GKM zbroi się w swojej twierdzy* (o treningach zawodników grudiądzkiej drużyny przed meczem z Unią Leszno) [GP, 18.04.2018, s. 23].

Od tytułu wypowiedzi publicystycznej oczekuje się oryginalności i atrakcyjności [Pisarek 1967: 116] i najprawdopodobniej te czynniki motywowały dziennikarzy (10–13) do opisu sportu za pomocą metaforyki militarnej (*pobity, poturbowanych, zbroi się, twierdzy*), co jest nieprzypadkowym doбором słów. Hiperbola wyrażana za pomocą przywołanych leksemów dowodzi konceptualizowania sportu w kategoriach negatywnych. Sport nie jest sferą: relaksu, przyjemności, sukcesu, samorealizacji, lecz przestrzenią: walki, porażki, bólu itd. W zdaniu (11) pojawia się przymiotnik *pobity*. Dla przywołanych kontekstów warto przytoczyć dwa połączenia wyrazowe z omawianej rodziny wyrazów: *pobić rywala w finale* ‘być lepszym od kogoś/czegoś innego pod jakimś względem’ oraz *pobić przeciwnika na polu walki* ‘pokonać przeciwnika w walce zbrojnej’ [WSJP/PAN, 2007], które są spójne z konceptualizowaniem sportu jako wojny. Sens słowa *poturbowany* (12) ‘taki, który doznał silnych obrażeń’ [WSJP/PAN, 2007] hiperbolizuje pytanie retoryczne: *To już czas rozliczeń?*. W przykładzie

(13) treningi grudziądzkich sportowców, startujących w wyścigach na torze żużlowym, zostają wyolbrzymione do zmagañ wojskowych: *zbroić się do walki* ‘wyposażyć się w broń’ [WSJP/PAN, 2007–].

1.3. Droga to śmierć i wojna

Na łamach „Gazety Pomorskiej” można odnaleźć wiele artykułów dotyczących zdarzeń drogowych. W nagłówkach dochodzi do swoistej „kontaminacji” dwóch wzajemnie przecinających się domen: drogi i wojny. Emocje czytelnika są pobudzane poprzez asocjacje ze śmiercią, która „staje się nie tylko faktem medialnym, ale i faktem promocyjnym i reklamowym” [Borkowski 2007: 231]. „Ludzie chcą oglądać agresję” – twierdzą Jerzy Mikułowski-Pomorski i Zbigniew Nęcki [1983: 165]. W omawianych przykładach można zatem odnaleźć konceptualizację metafory ontologicznej⁶: ŚMIERĆ TO CZŁOWIEK: Śmierć nie odpuszcza (16). Jak wskazuje językoznawczyni Elżbieta Tabakowska [1995: 4], „metafora jest ludzkim sposobem pojmowania i wyrażania rzeczy trudnych i od dawna znajomych”, a takim niewątpliwie jest kres życia. Oto przykłady, w których poruszana problematyka jest ukazana z perspektywy hiperboli:

[14] *Alarm na drogach naszego regionu. Ludzie giną na potęgę* (o bezpieczeństwie na drogach w województwie kujawsko-pomorskim) [GP, 05.02.2018, s. 6].

[15] *Nastolatki pędzące na rolkach zginęły pod kołami pirata* (o śmiertelnym wypadku w Łąkorzu) [GP, 05.04.2018, s. 1⁷].

[16] *Na drogach regionu wciąż giną ludzie. Śmierć nie odpuszcza* (o raporcie dotyczącym bezpieczeństwa na drogach województwa kujawsko-pomorskiego) [GP, 17.04.2018, s. 4].

[17] *Jak rowerzysta może przetrwać na drodze* (o zasadach ruchu drogowego, które powinien znać i stosować rowerzysta) [GP, 10.04.2018, s. 18].

[18] *Raz, dwa, trzy – zginiesz TY! Jeśli wypijesz, pojedziesz za szybko, nie zapniesz pasów* (o kampanii „Raz, dwa, trzy – zginiesz TY!”) [GP, 26.03.2018, s. 4].

Cytowane tytuły pełnią funkcję ekspresywną, mają wzbudzić u czytelnika negatywne uczucia i emocje. W zdaniach (14–18) przestrzeń ulicy jest przedstawiana jako sfera, w której masowo umierają ludzie. Uczestnicy ruchu drogowego zostają presupozycyjnie porównani do żołnierzy ginących na froncie. Hiperbolizacyjną funkcję pełnią zarówno określenia wartościujące ujemnie: *giną na potęgę*, *Nastolatki pędzące*, jak i personifikacja: *śmierć nie odpuszcza*. Fragment *rowerzysta może przetrwać* (17) ukazuje drogę jako miejsce, gdzie człowiek musi uważać, aby

⁶ Zob. Lakoff, Johnson 2010: 55 i in.

⁷ Tak brzmiał tytuł na pierwszej stronie dziennika. Cały materiał był szeroko omówiony na stronie trzeciej, gdzie artykułowi towarzyszył zmodyfikowany nagłówek: „Jazda na rolkach to świetna zabawa i sposób na kondycję. Ale czasem na trasie czai się śmierć” [GP, 05.04.2018, s. 3].

nie ulec zagładzie. Użycie w nagłówku (18) wyliczanki, prototypowo kojarzonej z wierszykami dla dzieci, hiperbolizuje poruszaną w artykule treść, która dotyczy poważnych, a nie dziecięcych spraw.

1.4. Metaforyka koszmaru

W zebranym materiale można wydzielić przykłady ilustrujące, w jaki sposób autorzy artykułów prasowych posługują się metaforyką koszmaru jako narzędziem konceptualizacji oraz wartościowania rzeczywistości. Przytoczone tytuły odwołują się do makabrycznych, sennych wizji czy thrillerów:

- [19] *Ratownicy mieli diabelski dylemat* (wywiad z Piotrem Pustelnikiem, himalaistą) [GP, 02.02.2018, s. 1].
- [20] *Polak grał przeciw Diabłom* (o meczu Ligi Europejskiej i голу Roberta Lewandowskiego) [GP, 29.01.2018, s. 8].
- [21] *Koszmar trwa. Kolejna porażka. Widmo spadku coraz bliższe* (o przegranym meczu „Łuczniczki Bydgoszcz”) [GP, 26.03.2018, s. 5].
- [22] *Łomot i trzask. Znoszenie hałasu deskorolek to tortura* (o skargach na osoby jeżdżące na rolkach i deskorolce na terenie parku w Świeciu) [GP, 09.04.2018, s. 10].

Wyżej wymienione przykłady manipulują czytelnikiem. Ukazanie różnych sfer aktywności społecznej (zdrowie, sport, zabawa) z perspektywy koszmaru ma zachęcić odbiorcę do przeczytania tekstu. Dzieje się tak, ponieważ tematy opisujące zdarzenia negatywne, czasem sensacyjne – wzbudzają większe zainteresowanie opinii publicznej. Zdanie (19) pochodzi z artykułu opisującego charakter pracy ratownika medycznego. Osobie tej, niosącej pomoc innym, opozycyjnie przypisane zostały *diabelskie dylematy*, co stoi w sprzeczności z misją, jaką pełni, por.: *diabelski* ‘odnoszący się do diabła, będący jego dziełem; złośliwy, niebezpieczny’ [NSPP/PWN, 2002: 140]. W kolejnym przykładzie (20) ponownie widać odesłanie do tematyki biblijnej. Drużyna przeciwna została scharakteryzowana hiperbolicznie jako tzw. *Diabły*. Zgodnie z danymi leksykalnymi, wyraz *diabeł* może zostać użyty w dwóch znaczeniach, każde wartościujące ujemnie obiekt odniesienia w ten sposób opisany: w zn. 1) ‘zły duch kuszący ludzi do grzechu’, w zn. 2) pot. ‘ktoś niebezpieczny, nieobliczalny’ [NSPP/PWN, 2002: 140]. Do stylistyki horroru nawiązuje również zdanie (21), gromadząc słowa z tego zakresu tematycznego: *koszmar*, *widmo*. Artykuł (22) opisywał sposób spędzania czasu przez młodzież. Hałas wywołany zabawą (jeżdżeniem na deskorolce) dziennikarz porównał do tortur, jakich doświadczają sąsiedzi. Hiperboliczne zestawienie ze sobą słów z dwóch opozycyjnych pól semantycznych (tortury i zabawy) uatrakcyjnia nagłówki, a w konsekwencji cały materiał prasowy.

Kolejny poziom wyolbrzymienia reprezentuje metaforyka apokaliptyczna, skorelowana z leksyką katastroficzną, jednakże bardziej zintensyfikowana tragedią. Tytuły te stanowią hiperbolę otaczającej rzeczywistości:

- [23] *Walą się domy pod S5. A strażacy trenują w ruinach* (o ćwiczeniach strażaków w związku z rozbudowywanym odcinkiem drogi ekspresowej S5) [GP, 24.01.2018, s. 1].
- [24] *Opozycja w spirali śmierci* (o działalności politycznej Grzegorza Schetyny) [GP, 15.01.2018, s. 10].
- [25] *Z nieba do piekła – To był konkurs, który zmroził wszystkich Polaków* (podsumowanie pierwszej serii konkursu skoków narciarskich z Zimowych Igrzysk Olimpijskich Pjongczang 2018) [GP, 12.02.2018, s. 4–5].

Celem tytułów jest zaskoczenie odbiorcy. Opisywane w nagłówku (23) remonty i ich konsekwencje zaczynają być traktowane jako działanie wywołujące chaos i spustoszenie, por. *walić* ‘powodować rozpadanie, upadanie czegoś’ [NSPP/PWN, 2002: 1136]. Nadto efekt hiperboliczny wzmacnia połączenie *trenują w ruinach*, łączące słowo o znaczeniu pozytywnym: *trenować* ‘uczyć kogoś jak najlepszego wykonywania jakiejś czynności’ [NSPP/PWN, 2002: 1060] z określeniem wyrażającym negatywny obraz sytuacji: *ruiny* ‘gruzy, rumowisko’ [NSPP/PWN, 2002: 888]. Przykład (24) wykorzystuje utrwalone w polszczyźnie połączenia typu: *spiralą strachu*, *spiralą grozy*, *spiralą napięcia* [NSPP/PWN, 2002: 952]) – i dokładnie ten sens został nadany działaniom polityka w celu dyskredytacji. W zacytowanym zdaniu (25) wyrażenie *z nieba do piekła* wywołuje poczucie zagrożenia. Sport, który ma dostarczać widzom rozrywkę, ponownie zostaje przedstawiony jako negatywny element aktywności społecznej.

1.5. Niekonwencjonalne opisy

Przedmiotem hiperboli są także nagłówki prasowe tworzone za pomocą oryginalnych porównań – nierzadko z zastosowaniem środków stylistycznych nawiązujących do stanu lęku, obawy, zagrożenia:

- [26] *Psy puszczane na noc luzem są groźniejsze od wilków* (relacja ze spotkania komisji ochrony środowiska i infrastruktury w Starostwie Powiatowym w Świeciu) [GP, 27.03.2018, s. 14].
- [27] *Rolnicy muszą odstraszać ptaki. Powinny to robić lisy* (o migracjach ptaków wyrządzających szkody w uprawach rolników) [GP, 03.04.2018, s. 11].
- [28] *TVP: miasto jak melina* (o emisji programu Telewizji Polskiej S.A. dot. przyznania nagród urzędnikom inowrocławskiego ratusza) [GP, 27.04.2018, s. 29].
- [29] *Morderca czuje się bohaterem, gdy zabija* (rozmowa z prof. Zbigniewem Zaleskim, psychologiem emocji i motywacji) [GP, 31.03.–2.04.2018, s. 7].
- [30] *Seksualni drapieżcy i pedofile polują w sieci. Dziecko to dla nich łatwa ofiara* (o treściach pornograficznych dostępnych w przestrzeni wirtualnej) [GP, 21–22.04.2018, s. III].

Hiperbole powstały przez wnioskowanie z niekonwencjonalnych porównań i opisów. I tak oto, w analizowanych przypadkach, pies (26) – zwierzę udomowione – nabywa cech ssaka dzikiego (wilka). Rolnicy (27), zamiast uprawiać ziemię, muszą ją chronić przed ptakami. Skojarzenie miasta z *meliną* (28) – por. pot. ‘miejsce, w którym ukrywają się złodzieje i inni przestępcy lub przechowywane są rzeczy skradzione’ [ISJP/PWN, 2000, t. 1: 840] – wywołuje efekt dwuznaczny i stanowi negatywne wartościowanie miejscowości i osób nią rządzących. Działania prezydenta Inowrocławia, przyznającego premie określonym urzędnikom, zostało w materiale prasowym zestawione z różnymi migawkami sugestywnie portretującymi miasto jako przestrzeń o zanieczyszczonych ulicach czy brudnych elewacjach. Hiperbola łączy się w cytowanym nagłówku z manipulacją i jest wykorzystana w celach perswazyjnych [Bralczyk 2000: 244 i n.]. Oksymoroniczne porównanie mordercy do bohatera (29) tworzy hiperboliczny obraz sygnalizowanego w nagłówku czynu zabronionego. Na atmosferze strachu i niepokoju budowany jest również tytuł (30), opisujący pedofila za pomocą słowa prymarnie nazywającego świat zwierząt ‘zwierzę polujące na inne zwierzęta i żywiące się ich mięsem’ [WSJP/PAN, 2007–]. W cytowanym zdaniu analizowany wyraz został użyty w drugim znaczeniu: ‘osoba postrzegana jako dążąca do wyznaczonego celu w bezwzględny sposób’ [WSJP/PAN, 2007–]. W ten sposób użyte przez redakcje analizowane tropy stylistyczne wydobywają „te cechy znaczeniowe desygnatu, na podkreśleniu których zależy nadawcy” [Pałuszyńska 2006: 147].

1.6. Emocje negatywne

Środki perswazyjne stanowią stały składnik retoryki publicystycznej. Hiperbola nawiązująca do stanu uczuć i emocji służy sugestywnemu wpływaniu na percepcję tekstu, podobnie jak metaforyka koszmaru czy wojny. Oto przykłady:

[31] *Są wkurzeni za siarczysty policzek od polityków* (o proteście „Czarna środa”) [GP, 18.01.2018, s. 3].

[32] *Rzecznik praw obywatelskich chce wiedzieć, co gnębi Polaków. Jeździ więc po kraju* (o wizycie Adama Bodnara, Rzecznika Praw Obywatelskich w Inowrocławiu) [GP, 17.04.2018, s. 8].

W analizowanych materiale występują leksemy o największym natężeniu cechy: *gnębi* zamiast *martwi*, czy też *wkurzeni* zamiast *niezadowoleni* / *źli*. Owe leksemy wzmacniają ekspresywny ton opisywanych wydarzeń. Choć metaforyka złości ożywia język nagłówków, a w konsekwencji wpływa na emocje czytelnika, nie jest tak często stosowana przez redakcje, jak np. porównanie codzienności czy sportu do wojny.

1.7. *Metaforyka choroby*

Warto zwrócić uwagę na zastosowanie metaforyki stanu chorobowego. Ta chętnie podejmowana tematyka charakteryzowana jest nierzadko za pomocą słownictwa niepasującego do opisywanych wydarzeń. Hiperbola pojawia się w oksymoronicznych⁸ porównaniach, personifikacjach. Oto przykłady:

- [33] *Kamil Stoch nie zachoruje na gorączkę złota* (o przygotowaniach polskiego skoczka do olimpijskiego konkursu w Alpensia Jumping Park) [GP, 05.02.2018, s. 11].
- [34] *Jarosław Kaczyński: Antysemityzm to zła recepta i ciężka choroba duszy i umysłu*, (o wystąpieniu prezesa PiS, Jarosława Kaczyńskiego podczas obchodów 94. miesięcznicy smoleńskiej) [GP, 12.02.2018, s. 16].
- [35] *Skarbowka nie wytrzymuje presji. Pomagają psychotropy* (o reformie skarbowej w związku ze składanymi oświadczeniami lustracyjnymi) [GP, 24.04.2018, s. 6].
- [36] *Co boli seniorów z Grudziądza? Lista problemów jest długa* (relacja z konsultacji społecznych) [GP, 24.01.2018, s. 10].
- [37] *Lalka ma zespół Downa* (o edukacyjnych lalkach imitujących osoby ze schorzeniami, niepełnosprawnością) [GP, 19.01.2018, s. 17].
- [38] *Ojciec zapewnia, że nie zrobił z córki królika doświadczalnego* (o procesie mężczyzny oskarżonego o podawanie kokainy i ecstasy swojej rocznej córce) [GP, 27.03.2018, s. 9].

Każdorazowo kontekst przywołanej problematyki poruszanej w materiałach prasowych (który w prezentowanym szkicu zasygnalizowano w nawiasie) nie dotyczył opisu dolegliwości zdrowotnych. W przykładzie (33) pojawia się wyraz *gorączka* w znaczeniu ‘atmosfera podniecania, zdenerwowania; także: zapal, namiętność’ [NSPP/PWN, 2002: 252]. Połączenie *nie zachoruje na gorączkę* daje efekt paradoksu. Tytuł (34) jest hiperbolą pozytywnie wartościującą, czytelnik ma odczytać tok rozumowania polityka jako społecznie akceptowalny. Funkcję hiperbolizującą pełni przymiotnik *ciężki* w znaczeniu 2) ‘trudny, niełatwy do wykonania, mozolny, męczący’ [NSPP/PWN, 2002: 110] oraz oksymoron *zła recepta*. Zdanie (35) nawiązuje do reformy w urzędzie skarbowym. Zgodnie z danymi leksykalnymi *reforma* ‘ulepszanie, przekształcenie systemu, ustroju; wprowadzanie zmian, ulepszeń’ [NSPP/PWN, 2002: 834] w cytowanym przykładzie staje się synonimem kontrrewolucji. W nagłówku (36) pojawia się wyraz *ból*, który leksykalnie łączy się z nazwą jakiegoś organu, np. *ból głowy*, *ból serca*, *ból żołądka* itd. [NSPP/PWN, 2002: 69]. Seniorzy cierpią, ponieważ czują, że ważne dla nich problemy społeczne nie są rozwiązywane. Tytuł (37) przypomina hasło reklamowe, skrótowość zostaje połączona z atrakcyjnością tabloidowego przekazu. Hiperbola w zdaniu (38) powstała wskutek uprzedmiotowienia dziecka do roli królika doświadczalnego ‘ktoś, na kim coś się testuje’ [WSJP/PAN, 2007–].

⁸ Por. Michałowski 2003: 227 i n.

2. Nagłówki z litotą

Drugim tropem stylistycznym, do którego sięgają dziennikarze, jest litota – stanowiąca przeciwieństwo hiperboli [Pelc 2011: 255]. Litota jest figurą retoryczną minimalizującą wyobrażenie i postrzeganie danego zjawiska [Sławiński 1988: 261]. Polega „na użyciu zamiast właściwego określenia – zaprzeczenia wyrazu o przeciwstawnym znaczeniu (*niezły* – zamiast *dobry*, *niemłody* – zamiast *stary* itp.). Użycie jej jest wyrazem oceny świadomie umiarkowanej, pozornym pomniejszeniem tego, co się chce podkreślić, stanowi zatem przeciwieństwo hiperboli, choć może mieć ten sam cel, niekiedy osłabiając drastyczność wypowiedzi staje się odmianą eufemizmu” [Sierotwiński 1966: 147]. Nadto litota służy do pomniejszenia, zdeprecjonowania relacjonowanej sytuacji. W analizowanym materiale wydzielono 35 nagłówków potwierdzających użycie litoty, co stanowi około 9% materiału badawczego, sytuując częstotliwość zastosowania litoty na poziomie niemalże identycznym, co hiperboli. O ile nagłówki hiperboliczne zamieszczone na łamach „Gazety Pomorskiej” można pogrupować na określone kategorie skonwencjonalizowanych metafor (w szczególności: wojny, koszmaru, strachu, choroby), o tyle tytuły z użyciem litoty wprowadzają niedookreśloność, niedoskonałość różnych zjawisk i wydarzeń społecznych. Można jednak wyodrębnić mechanizm zastosowania: potocyzmów, frazeologizmów, personifikacji, porównań, ironii oraz groteski, które kolejno poddam analizie i rozważaniom.

2.1. Potocyzmy

Pierwszą grupę będą stanowić artykuły, w których nadawcy pomniejszyli zjawiska, wykorzystując potocyzmy. Potoczność jest naturalnym sposobem komunikowania się, wyrasta z potrzeby bycia zrozumianym. Jak wyjaśnia Kazimierz Ożóg [1999: 31, 35–37], w zachowaniach językowych nasiliła się moda na 1) luz językowy i 2) potoczność. Obydwa zjawiska obserwować można w tytułach prasowych. Nadmierne nacechowanie nagłówków stylem kolokwialnym językoznawca nazywa „monotonią” potoczną. Polega ona na częstym powtarzaniu określonych połączeń wyrazów (np. tytuł *Opowieści superwtyki*) czy też stosowaniu aluzji do związków frazeologicznych (np. *Nabici w butelkę*). Zastosowanie wyrazów potocznych jest świadomą techniką oddziaływania na zbiorowego czytelnika. Przytoczone przykłady ilustrują wykorzystanie potocyzmów jako litoty:

[39] *Polski mandat to mały pikus przy szwedzkim czy fińskim* (o wysokości mandatów) [GP, 04.02.2018, s. 4].

[40] *Nie rozkminiam, kiedy poszło źle. Zamykam drzwi i idę dalej* (rozmowa z posłanką Joanną Scheuring-Wielgus m.in. o „Uchu prezesa”) [GP, 20.04.2018, s. 15].

- [41] *Władza hojnie wpompuje miliony. Tuż przed wyborami* (o samorządowych inwestycjach w województwie kujawsko-pomorskim w 2018 roku) [GP, 03.04.2018, s. 1].
- [42] *Tylko bez jaj, proszę! Kura ma tutaj poważną misję do spełnienia* (o działalności podbydgoskiej fermy) [GP, 23.03.2018, s. 26].
- [43] *Wymień kopciucha na nowy piec, a będziesz żył zdrowiej i dłużej* (o sposobach walki ze smogiem) [GP, 12.06.2018, s. 15].
- [44] *Trzepnął konkubinę w plecy tak, że pękła jej śledziona. Zmarła* (o sprawie rozpatrywanej przez Sąd Okręgowy) [GP, 13.02.2018, s. 6].
- [45] *Partie prężą wyborcze muskuły* (o przygotowaniach do wyborów samorządowych) [GP, 18.01.2018, s. 4]⁹.
- [46] *Ksiądz pedofil kalkuluje, kogo łatwiej uwieść* (rozmowa z Arturem Nowakiem, współautorem książki o pedofilii w polskim Kościele) [GP, 13.02.2018, s. 1].
- [47] *Starówka do poprawki. Odstaje od reszty miasta* (o rewitalizacji części gminy Świecie) [GP, 26.01.2018, s. 20].

Przykłady z języka potocznego, mające na celu oddziaływać na wyobraźnię odbiorcy, przesądzają o zastosowaniu litoty w cytowanych tytułach. Użyte w nagłówkach potoczmy (*pikuś, nie rozkminiam, wpompuje, bez jaj, kopciucha, trzepnął, prężą muskuły, kalkuluje, odstaje*) są zrozumiałe dla użytkownika posługującego się polszczyzną potoczną. Jednakże prowadzą one do obniżenia poziomu intelektualnego mediów. Porównanie *mandat to mały pikuś* (39) umniejsza tę formę represji, presuponując, że za popełnienie określonych występków można dostać mandat nieadekwatny do wykroczenia. Tytuł (40) stanowi deprecjonację umiejętności poznawczo-intelektualnych kobiety pełniącej funkcję publiczną, por. *rozkminiać się* ‘zastanawiać się, rozważać coś; także rozwodzić się, rozwiązywać jakiś problem’ [SPPot., 2006: 267]. Sformułowanie *Hojnie wpompuje miliony* z przykładu (41) staje się synonimem działań na pokaz. Połączenie sformułowania *bez jaj* ‘naprawdę; poważnie; przysięgam’ [SPPot., 2006: 31] z *kurą* tworzy efekt groteskowy (42).

Potoczny wyraz *kopciuch* opisujący piec kaflowy (43) umniejsza charakter zagrożeń związanych z zaccadzeniem. Użycie w przykładzie (44) potoczmy *trzepnął* ‘mocno uderzyć kogoś’ [SPPot., 2006: 247] obniża charakter czynu zabronionego, jakiego dopuścił się mężczyzna. Personifikacja ugrupowania politycznego (45) *ktos pręży muskuły* żart. ‘ktoś stara się pokazać innym ludziom, że jest groźny i że należy się go bać’ [WSJP/PAN, 2007–] nie wskazuje na żadne konkretne działania, co stanowi umniejszenie działań wyborczych. Wyraz *kalkulować* ‘myśleć nad czymś, rozważać coś, planować’ [SłPot., 1996: 74] opisujący działania księdza (46) redukuje przestępstwo do postrzegania go w kategorii zysków i strat. Wymieniony w tytule (47) potoczny leksem *iść w odstawkę* ‘zostać od czegoś

⁹ Por. także inny nagłówek: *Na szczycie w Davos silna ekipa z Polski będzie prężyła muskuły* (o przygotowaniach do Światowego Forum Ekonomicznego) [GP, 24.01.2018, s. 9].

odsuniętym, zwolnionym, stać się niepotrzebnym, stracić wpływy’ [SPPot., 2006: 117] ma znaczenie negatywne i umniejsza wizerunek przestrzeni miejskiej pomimo planowanych remontów.

Dziennikarze sporadycznie tworzą formy rymowane – w materiale pojawił się jeden przykład:

[48] *Nie narobisz się, a zarobisz* (o niepospolitych ofertach pracy) [GP, 29.01.2018, s. VII].

2.2. *Frazeologizmy*

Podstawową funkcją gazety jest informowanie, kształtowanie opinii i dostarczanie rozrywki [Tetelewska 1972: 157]. W tytułach prasowych nierzadko można dostrzec wieloznaczne określenia mające na celu uatrakcyjnić tekst. W analizowanym materiale wyodrębniono w szczególności tytuły prasowe nawiązujące do związków frazeologicznych, gier językowych czy budowane na zasadzie intertekstualnych kontekstów [por. Pałuszyńska 2006: 57; Maślanka 1976: 244]. Znakiem graficznym * sygnalizuję definicje słownikowe:

[49] *Trzeci profil¹⁰ nie jest pożądany. Bezrobotni mają w nim pod górkę* (o przyporządkowywaniu bezrobotnych do określonej kategorii osób poszukujących pracę) [GP, 25.01.2018, s. 4] – *, „mówimy, że ktoś ma pod górkę, jeśli napotyka przeszkody w realizacji jakiegoś zamierzenia. Wyrażenie potoczne” [SJP/PWN 2014, t. 1: 472].

[50] *Wojewoda zostawił na łodzie strażaków z OSP* (o braku zgody wojewody na zorganizowanie obchodów Dnia Strażaka) [GP, 23.03.2018, s. 10] – **zostać na łodzie* ‘zostać pominiętym, pozbawionym czegoś; zostać z niczym’ [PSFJP 1995: 253].

[51] *Opozycja: PiS mydli oczy Unii Europejskiej albo boi się Ziobry* (komentarze opozycji na temat polityków PiS) [GP, 26.03.2018, s. 17] – **mydlić komuś oczy* ‘stwarzać mylące pozory, wprowadzać kogoś w błąd, zwodzić kogoś, oszukiwać, wmawiać coś w kogoś’ [PSFJP 1995: 303].

[52] *Z tego chleba jest nie tylko chleb, ale i spore długi* (o długach producentów żywności) [GP, 18.01.2018, s. 7] – **fraza zdaniowa z tej mąki chleba nie będzie* ‘podjęte działanie nie przyniosą spodziewanych rezultatów’ [WSJP/PAN, 2007–].

[53] *Donald Trump zdrów jak ryba, choć je niezdrowo. Ale nie pali* (o stanie zdrowia Donalda Trumpa) [GP, 18.01.2018, s. 18] – **zdrów jak ryba* ‘bardzo zdrowy’ [PSFJP 1995: 719].

¹⁰ Sformułowanie „profilowanie bezrobotnych” odsyła do *Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 maja 2014 r. w sprawie profilowania pomocy dla bezrobotnego*. W 2018 roku Trybunał Konstytucyjny uznał, że taki sposób charakteryzowania ludzi jest dyskryminujący i uchylił analizowany akt prawny.

- [54] *Daleko do domu. Chcą wyprowadzić nas w szczerę pole* (o realizacji inwestycji mieszkaniowych w związku z programem „Mieszkanie Plus”) [GP, 10.04.2018, s. 1] – *wyprowadzić, wywieść kogoś w pole ‘oszukać, zwieść kogoś’ [PSFJP 1995: 436].
- [55] *Ich „pociąg” do banku krwi kursuje już od 55 lat* (o Klubie Honorowych Dawców Krwi Polskiego Czerwonego Krzyża w Grudziądzu) [GP, 06.02.2018, s. 11] – *,„mówimy, że ktoś ma pociąg do jakichś rzeczy lub osób, jeśli one go fascynują i nie potrafi się on im oprzeć” [ISJP/PWN, 2014, t. 2: 103]. Użycie cudzysłowu nadaje sens potoczny. Połączenie „pociąg” do banku krwi kursuje oznacza systematyczność w oddawaniu krwi, por. *kurs* ‘przebyta droga; także: przebycie tej drogi’ [NSPP/PWN, 2002: 381]. Analizowany nagłówek staje się nośnikiem gry słownej, perswazji – wszystko po to, aby pozyskać czytelnika [por. Pawłowska 201: 114].
- [56] *Coraz więcej świń. Chlewnie rosną jak grzyby po deszczu* (o planowanych budowach chlewni na terenie powiatu świeckiego) [GP, 11.04.2018, s. 15] – **Jak grzyby po deszczu* (w połączeniu z czasownikami typu *rosnąć, wyrastać, mnożyć się, powstawać, pojawiać się*) ‘rosnąć, wyrastać, mnożyć się, powstawać szybko, nieoczekiwanie, w dużej liczbie’ [PSFJP 1995: 168]. Nagłówek presuponuje, że ilość nowo powstałych chlewni może być zbyt duża, co umniejsza charakter opisywanych inwestycji.
- [57] *Tu na razie jest śmietnisko, ale w końcu ma być czysto* (o wdrażaniu w Grudziądzu systemu podziemnych pojemników na śmieci) [GP, 24.04.2018, s. 14] – *cytat: „Tu na razie jest ściernisko/ Ale będzie San Francisco/ A tam, gdzie to kretowisko/ będzie stał mój bank” Golec uOrkiestra. Analizowane zdanie presuponuje, że w mieście jest brudno. Zapowiadana inwestycja, z uwagi na nawiązanie do tekstu piosenki, urasta do rangi działań o charakterze międzynarodowym.

W cytowanych tytułach prasowych autorzy często stosują wieloznaczne określenia. Jest to zabieg celowy, za pomocą którego przekaz staje się zabawny i oryginalny, a czasem nawet prowokujący czy też bulwersujący. Powszechnym zjawiskiem jest wieloznaczność leksykalna, w której można wyróżnić kategorię homonimów i polisemów¹¹ [Maciuszek 2014: 87–88].

2.3. Personifikacja i porównania

Częstym zabiegiem stylistycznym jest także tworzenie tytułów z użyciem personifikacji:

- [58] *PiS potknął się i ma problem* (rozmowa z prof. Radosławem Sojakiem o kryzysie wizerunkowym rządu Mateusza Morawieckiego) [GP, 26.03.2018, s. 7].

¹¹ Homonim to „wyraz mając jednakowe brzmienie z innym wyrazem, lecz odmienne znaczenie, etymologię, a niekiedy i pisownię” [SJP/PWN 2005: 265], zaś polisemia to „wieloznaczność wyrazu, związku wyrazowego, przyrostka” [PSWO 1999: 606].

- [59] *Wąbrzeźno ma problem z budową ścieżek i stadionu* (o pracach budowlanych w Wąbrzeźnie) [GP, 09.04.2018, s. 12].
- [60] *Rząd ceruje wizerunek Polski. Los ustawy w rękach prezydenta* (artykuł dot. nowelizacji ustawy o Instytucie Pamięci Narodowej) [GP, 06.02.2018, s. 17].
- [61] *Budowa S5 zabiera ludziom domy. Gmina daje mieszkania* (o skutkach budowy drogi ekspresowej nr 5) [GP, 10.04.2018, s. 15].
- [62] *Jak Francja przez wieki robiła dyplomację poprzez romanse i seks* (o prowadzeniu działalności szpiegowskiej we Francji) [GP, 10–11.02.2018, s. 6].

Personifikacja sprawia, że opisywane wydarzenia stają się bardziej obrazowe, niezależnie od tego, czy dotyczą problematyki krajowej czy zagranicznej. W analizowanych przykładach uosobienie służy stworzeniu wspólnej płaszczyzny porozumienia z odbiorcą, który ma w sposób zgodny z intencją autora komunikatu, właściwie odczytać sens nagłówków.

Zawarte w zdaniach (58–60) określenia wartościujące ujemnie (*potknąć się, ma problem, ceruje*) potwierdzają deprecjonujący charakter działań podejmowanych przez obiekt odniesienia, czyli kolejno: partię, gminę, rząd. Litota może powstać wskutek dysonansu znaczeniowego. Zdanie (61) łączy dwa przeciwstawne sensory: udostępnianie przez samorząd gminny mieszkań jest konsekwencją budowy drogi ekspresowej. Z kolei zawarty w nagłówku (62) opis spraw publicznych (dyplomacja) za pomocą leksyki odsyłającej do sfery intymnej (romanse, seks) dyskredytuje obiekt odniesienia w opinii publicznej.

Tytuły sugerujące niepełność, niedoskonałość mogą być wyrażane za pomocą następujących porównań:

- [63] *Na „zebrze” można poczuć się jak w... budce telefonicznej lub WC* (o potrażeniach na przejściach dla pieszych) [GP, 25.01.2018, s. 3].
- [64] *Kościół jest jak supermarket* (o sytuacji chrześcijaństwa w Polsce) [GP, 27–28.01.2018, s. 3].
- [65] *Minister prawie jak Kopciuszek* (o polityce Ministra Sprawiedliwości Zbigniewa Ziobry) [GP, 02.02.2018, s. 2].
- [66] *Rodzina to układanka. Dziecko adoptowane to takie puzzle z innej bajki* (reportaż nt. poszukiwań biologicznych rodziców przez dzieci adoptowane) [GP, 06.04.2018, s. 1].

Zestawienie przestrzeni publicznej (przejścia dla pieszych) ze sferą intymną (toaleta) w przykładzie (63) stanowi krytykę wypadków drogowych na zebrze, por. *zebra* ‘pasy na jezdni oznaczające przejście dla pieszych’ [NSPP/PWN, 2002: 1341]. Sfera prywatna to przestrzeń, w której człowiek czuje się bezpiecznie. Porównanie fragmentu jezdni do uczuć, jakie towarzyszą podczas bycia w toalecie, nadaje odwrócony sens intymności. Nagłówek (64) łączy sferę sacrum z profanum, odbierając powagę instytucji kościelnej. Porównanie *Ministra* do *Kopciuszka* (65) zrównuje politykę prowadzoną przez mężczyznę z poziomem bajek, przypisując mu podejmowanie niedojrzałych, odrealnionych od rzeczywistości, decyzji. Autor

tytułu (66) dokonuje uprzedmiotowienia dziecka *to takie puzzle*, odbierając mu godność osobistą. Strategię tę wzmacnia deprecjacja horyzontalna, za pomocą której nadawca chce zdystansować się od obiektu odniesienia – w tej funkcji zaimek *takie* (Majewska 2005: 11–12).

2.4. Ironia i groteska

Litotę czasem traktuje się jako jedną z odmian ironii [Sławiński 1988: 261], prowadzącej do zaprezentowania dwóch kontekstów: sensu dosłownego i ukrytego [Pałuszyńska 2006: 148]. Podwójne znaczenie jest koniecznym elementem charakterystyki ironii. Na odbiorcy spoczywa trud odnalezienia zakamuflowanego, wieloznacznego sensu aktu mowy, za którym nierzadko kryje się pejoratywny osąd [Puzynina 1988: 35]. Już w 2004 roku Maria Peisert wskazywała na ważność badań, „w których poszukuje się lingwistycznych lub paralingwistycznych sygnałów ironii, takich jak: ton głosu, elementy mimiczne, śmiech i uśmiech, cudzysłowy, podkreślenia, wykrzykniki, odstępstwa stylistyczne, błędy logiczne, przyimki, niekongruentne konotacje itp.” [2004: 135]. Oto przykłady:

[67] *Rolnik karmi i doi krowy przez... telefon* (o zastosowaniu maszyn i robotów w produkcji rolniczej) [GP, 27–28.01.2018, s. 8].

[68] *Pani dyrektor wzywa na pomoc... szamana. W tle mobbing i kasa* (o zarzutach stawianych dyrektorce jednej ze szkół podstawowych w Dębowej Łące w powiecie wąbrzeskim) [GP, 16.04.2018, s. 1¹²].

[69] *Tytusie, który nie zostanie święteczną kielbasą* (o mężczyźnie, który postanowił zamieszkać w bloku na jednym z rzeszowskich osiedli ze świnia) [GP, 30.03.2018, s. 34].

[70] *W Bydgoszczy jest trochę radości* (o meczu Ligi siatkówki kobiet) [GP, 05.02.2018, s. 15].

[71] *Spowiedź to nie Fast food* (rozmowa z ks. Krzysztofem Matuszewskim, asystentem Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach) [GP, 30.03.2018, s. 2].

[72] *Matki Świętej w Katyniu nie było. W fordońskiej „Dolinie Śmierci” też* (o masowych egzekucjach bydgoszczan dokonywanych między wąwozami fordońskiej doliny) [GP, 20.04.2018, s. 17].

[73] *7 lat w McDonald’s. A miała to być tylko praca na wakacje...* (rozmowa z Malwiną Głowacką, która od 2011 r. pracuje w inowrocławskiej restauracji MacDonal’d’s) [GP, 27.04.2018, s. 21].

Opis rolnika karmiącego świnie przez telefon (67) wprowadza atmosferę dziwności. Sens żartobliwy nadaje kontrastowe zestawienie ludzi reprezentujących

¹² Tak brzmiał tytuł na pierwszej stronie dziennika. Cały materiał był szeroko omówiony na stronie czwartej, gdzie artykułowi towarzyszył zmodyfikowany nagłówek: „Stres przy tablicy. Tym razem nauczyciele boją się dyrektorki” [GP, 16.04.2018, s. 4].

odmienne pozycje w hierarchii społecznej: dyrektorki i szamana (68). Kontekst opisywanych zdarzeń łączy się z sugestią, że opisywane zdarzenie nie należy do codziennych (69), co tworzy efekt groteski.

Użyty w nagłówku (70) wyraz *trochę* ‘niezbyt dużo; niedostatecznie; krótko’ [NSPP/PWN, 2002: 1061] umniejsza zwycięstwo kobiet w opisywanym meczu, nadając wygranej ironiczny sens. Ironia może powstać także poprzez połączenie sfery sacrum z profanum (71–72) czy zastosowanie sugestywnego wielokropka (73).

III. Podsumowanie

Artykułom publikowanym w *Gazecie Pomorskiej* nadaje się tytuły zarówno z użyciem hiperboli, jak i litoty, czyli tropów stylistycznych mających przekonać czytelnika do lektury tekstu. Użycie hiperboli oraz litoty kreuje rzeczywistość nienaturalną [Pelc 2011: 257], a zapowiadana problematyka referowanych zdarzeń jest wyolbrzymiona lub pomniejszona. Badania nie wykazały dominacji stosowania jednego z tropów stylistycznych na rzecz drugiego. Na podstawie analizy materiału badawczego wyodrębniono 38 tytułów z hiperbolą (22 – tematyka ogólnopolska, 16 – regionalna) i niewiele mniej z litotą: 35 przykładów (21 – krajowa, 14 – lokalna). Choć materiał badawczy wyekscerpowano z dziennika regionalnego (w którym podejmowana jest zarówno tematyka lokalna, jak i ogólnopolska), analizowane tropy retoryczne częściej dotyczyły wydarzeń krajowych. Nie oznacza to, że dziennikarze „Gazety Pomorskiej” opisują przede wszystkim wydarzenia ważne dla każdego obywatela Polski, niezależnie od jego miejsca zamieszkania. Przeprowadzone badania dowiodły, że hiperbola i litota częściej służą jednak do charakterystyki wydarzeń krajowych (43/73 tytuły – 61% prezentowanych w szkicu nagłówków) niż środowiskowych (30/73 artykuły – 39%). Oznacza to, że użycie hiperboli i litoty w artykułach o charakterze lokalnym jest o 30% rzadsze niż w odniesieniu do opisu zagadnień krajowych. I na odwrót, zastosowanie hiperboli i litoty w tekstach o tematyce ogólnopolskiej jest o 43% częstsze niż w materiałach środowiskowych.

Skonwencjonalizowana metaforyka (wojny, walki, koszmaru, katastrofy, strachu, choroby) pozwala budować hiperboliczne tytuły. Najlichnieszą grupę stanowi metaforyka militarna, za pomocą której rzeczywistość przedstawia się jako pole bitewne (np. opis zakupów, pomoru świń, kampanii wyborczej, protestu społecznego, zdarzeń drogowych, sportu). Porównanie otaczającego świata do wojny jest sposobem wzbogacenia i ubarwienia artykułu. Analizowany materiał nie dostarczył przykładów tworzonych za pomocą innych utrwalonych w literaturze przedmiotu metafor (szkoły, związków rodzinnych, gry/zabawy, muzyki) [Pałuszyńska 2006: 115–119]. Badania socjologiczne pokazują, że wciąż modne jest opisywanie rzeczywistości w kategoriach erotyzmu i przemocy [Pałuszyńska

2006: 122]. Jak wskazuje Walery Pisarek [2009: 231]: „Żeby ktoś nas wysłuchał i przeczytał, trzeba pisać o ludziach niedobrych i nieszczęśliwych, w taki sposób, jaki potencjalni odbiorcy lubią”. Drugim tropem służącym zasygnalizowanemu zagadnieniu jest zastosowanie litoty. Eskalacja deprecjacji opisywanych zdarzeń może być wyrażana za pomocą: potocznych, interseksualności, personifikacji, porównań, ironii. Stosowanie zabiegów uatrakcyjniających w nagłówkach prasowych można uznać za manipulację językową [Bralczyk 2000: 245; Lewicki 2004: 101; Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman 2006: 187], zaś użycie hiperboli i litoty jest przejawem ekspresji słownej. Analizowane tropy retoryczne mogą być narzędziem manipulacji, co może stanowić naruszenie podstawowych zasad obowiązujących w procesie komunikacji.

Rozwiązanie skrótów słowników

- ISJP/PWN – *Inny słownik języka polskiego PWN*, red. M. Bańko, t. A–Ó, t. P–Ż, Warszawa 2014.
- NSPP/PWN – *Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN*, red. A. Markowski, Warszawa 2002.
- PSWO – W. Kopaliński, *Podręczny słownik wyrazów obcych*, Warszawa 1999.
- PSFJP – *Podręczny słownik frazeologiczny języka polskiego*, red. S. Bąba, G. Dziamska, J. Liberka, Warszawa 1995.
- SJP/PWN – *Słownik języka polskiego PWN*, red. E. Sobol, Warszawa 2005.
- SIPot. – J. Anusiewicz, J. Skawiński, *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa–Wrocław 1996.
- SPPot. – M. Czeszewski, *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa 2006.
- STL – *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 2008.
- SWOiZO – W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem. Nowe wydanie*, Warszawa 2000.
- WSJP/PAN, 2007 – *Wielki słownik języka polskiego*, red. P. Żmigrodzki, Kraków, stale tworzony od 2007 [dostęp: www.wsjp.pl].

Bibliografia

- Borkowski I., 2007, Śmierć dźwięgą reklamy. Przypadki medialne [w:] *Nowe media 3. W świetle komunikacji zdegradowanej*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław, s. 231–236.
- Bralczyk J., 2000, *Manipulacja językowa* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. B. Zbigniew, E. Chudziński, Kraków, s. 244–250.
- Kajtoch W., 2016, *Szkie językoznawczo-prasoznawcze*, Kraków.
- Karwat M., 2014, *Zakres manipulacji politycznej* [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, Warszawa, s. 261–298.
- Kasiak M., 2016, *Pozyskiwanie odbiorcy w tytułach prasowych. Analiza wybranych przykładów z tygodników opinii*, „Acta Humana”, nr 7, Lublin, s. 119–131.
- Lakoff G., Johnson M., 2010, *Metafory w naszym życiu*, przekł. T.P. Krzeszowski, Warszawa.

- Lewicki A.M., 2004, *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*. [w:] *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin, s. 101–113.
- Maciusek J., 2014, *Wieloznaczność językowa w kontekście przekazu reklamowego* [w:] *Przeustrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, Warszawa, s. 85–117.
- Majewska M., 2005, *Akty deprecjonujące siebie i innych*, Kraków.
- Maliszewski B., 2013, *Sposoby wykorzystywania nagłówków prasowych w ćwiczeniach utrwalających słownictwo* [w:] *Glottodydaktyka polonistyczna. W obliczu dynamiki zmian językowo-kulturowych i potrzeb społecznych*, red. J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl, Lublin, s. 47–56.
- Maślanka J. (red.) 1976, *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław.
- Michałowski P., 2003, *Hiperbola w reklamie i panegiryku* [w:] *Napis. Tom poświęcony literaturze okolicznościowej i użytkowej*, Seria IX, red. J. Maciejewski, Warszawa, s. 219–228.
- Mikułowski-Pomorski J., Nęcki Z., 1983, *Komunikowanie skuteczne?*, Kraków.
- Ogonowska A., 2010, *Twórcze metafory medialne. Baudrillard – McLuhan – Goffman*, Kraków.
- Olejniczak E., 2017, *O nagłówkach tekstów publikowanych na portalu Treningbiegacza.pl*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Linguistica”, nr 51/1, s. 67–75.
- Ożóg K., 1999, *Moda na potoczność w tekstach oficjalnych*, „Poradnik Językowy”, z. 8–9, s. 29–37.
- Pałuszyńska E., 2006, *Nagłówki w „Gazecie Wyborczej” (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka)*, Łódź.
- Pałuszyńska E., 2016, *Zmiany w językowej formie nagłówków prasowych*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN”, t. LXII, Łódź, s. 103–115.
- Pawłowska I., 2010, *Nagłówek w sieci: budowa i funkcja nagłówków prasowych na przykładzie internetowego portalu miejskiego e-sosnowiec.pl*, „Rocznik Prasoznawczy”, nr 4, s. 105–118.
- Peisert M., 2004, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław.
- Pelc P., 2011, *Retoryka zagrożenia w dyskursie medialnym: tytuły „Polityki”* [w:] *Bezpieczeństwo współczesnego świata. Edukacja, media, kultura*, red. M. Baranowska-Szczepańska, J. Karwat, Poznań, s. 251–258.
- Pisarek W., 1967, *Poznać prasę po nagłówkach*, Kraków.
- Pisarek W., 2007, *O mediach i języku*, Kraków.
- Pisarek W., 2009, *Podstawy retoryki dziennikarskiej* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, s. 214–231.
- Puzynina J., 1988, *Ironia jako element języka osobniczego* [w:] *Język osobniczy jako przedmiot badań lingwistycznych*, red. J. Brzeziński, Zielona Góra, s. 35–44.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 maja 2014 r. w sprawie profilowania pomocy dla bezrobotnego*, Dz.U. 2014.631 z dnia 19.05.2014 (akt nieobowiązujący).
- Sierotwiński S., 1966, *Słownik terminów literackich. Teoria i nauki pomocnicze literatury*, wyd. drugie przerobione i rozszerzone, Wrocław.
- Sławiński J. (red.) 1988, *Słownik terminów literackich*, Wrocław.
- Tabakowska E., 1995, *Gramatyka i obrazowanie. Wprowadzenie do językoznawstwa kognitywnego*, Kraków.
- Tetelewska I., 1972, *Szkice prasoznawcze*, Kraków.
- Wojenka-Karasek M., 2015, *Nagłówki prasowe a świadomość lingwakulturowa młodych odbiorców* [w:] *(Nowe) Media. Implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, red. M. Karwatowska, B. Jarsz, Lublin, s. 151–164.
- Wojtak M., 2008, *Analiza gatunków prasowych*, Lublin.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W. (red.) 2006, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa.

HYPERBOLE AND LITOTA AND THEIR FUNCTIONS IN THE HEADLINES OF THE REGIONAL NEWSPAPER „GAZETA POMORSKA”

Summary

The paper focuses on the analysis of article headlines published in the local newspaper *Gazeta Pomorska*, in particular with regard to figures of speech like hyperbole and its opposite. Conventionalised metaphors (related to war, fight, nightmare, disaster, fear, illness) allow for creation of hyperbolic headlines. Military metaphors constitute the most numerous group where reality is presented as a battlefield (for example description of a purchase, African swine fever, election campaign, protest, road accidents, sport). Whereas, litotes is not only depicted by figures of speech such as personification, comparison, but also irony, colloquialisms and intersexuality. Although the material was extracted from a regional journal the analysis indicated that there are 43 percent more examples of general Polish headlines in the pages of *Gazeta Pomorska* with the use of hyperbole and litotes than those of regional origin. The analysis suggests that headlines of regional articles are frequently purely informative in nature without rhetorical aspects.

Key words: headlines, hyperbole, litotes, metaphor, the „Gazeta Pomorska” newspaper