

Agnieszka Pomianek-Pudłocka

Uniwersytet Rzeszowski

PRZYJACIEL POTRZEBNY OD ZARAZ, CZYLI O PRZYJAŹNI I PERSWAZJI W CZASOPISMACH DLA DZIECI

1. Uwagi wstępne

Dziecko poznaje świat między innymi przez język. Definiuje pojęcia i opisuje rzeczywistość, kierując się zmysłami, wykorzystując przy tym poznane elementy otaczającego świata. Teksty prasowe czytane przez młodego odbiorcę są dla niego dodatkową wskazówką. Język stanowi więc narzędzie poznania świata i społeczeństwa. Za jego pośrednictwem wyrażane są określone wartości, ukazuje tym samym stosunek człowieka do otaczającej rzeczywistości.

Wielu badaczy [m.in.: Dunaj 2000; Gajda, red. 2001; Ożóg 2001; Warchała 2003] zwraca uwagę na ogromne zmiany w języku, które powodują daleko posunięte przeobrażenia polszczyzny. Obecnie na język polski wpływają takie uwarunkowania kulturowe, jak: tendencje postmodernistyczne, konsumpcjonizm, amerykańizacja języka i kultury oraz medialność [Ożóg 2002: 75–82]. Ich skutkiem jest m.in. naruszanie normy językowej, uznawanie ekspresji słownej czy też propagowanie postawy polegającej na zaspokajaniu potrzeb ludzkich. Wpływ tych tendencji widoczny jest również w prasie dziecięcej, która coraz częściej ukazuje „dyktaturę piękna”, dostarcza odbiorcom pozytywnych emocji, ciepła, pokazuje ładne rzeczy, pięknych ludzi i świat, co często nie ma odzwierciedlenia w rzeczywistości. Oddziaływanie prasy na jej czytelników interesuje mnie tu głównie w kontekście konstruowania przez młodych odbiorców systemu wartości. Przedmiotem analiz uczyniłam czasopisma dla dzieci, takie jak „Kubuś Puchatek”, „Kumpel”, „Miś – Przyjaciel Najmłodszych” z lat 2000–2006. Koncentrowałam się szczególnie na tych fragmentach, w których zostały użyte wyrazy *przyjaźń* i *przyjaciel*, ich synonimy oraz wyrazy pokrewne. Badałam również dłuższe teksty, m.in. opowiadania, kartki z pamiętnika oraz teksty krótkie towarzyszące

historyjkom obrazkowym, w których przyjaciel był niezwykle istotnym bohaterem. Zatem treść tekstu ściśle wiązała się z obiektem moich badań.

Przyjaźń była wielokrotnie przedmiotem analiz zarówno językoznawców, jak i psychologów czy socjologów [por. Jedliński 2000; Kopeć 2008]. Pokazuje się ją wieloaspektowo. Rodzą się tu więc pytania: Czym tak naprawdę jest dla dziecka przyjaźń? Kogo można nazwać prawdziwym przyjacielem oraz czy na miano to zasługuje tylko człowiek? W końcu, w jaki sposób i w jakim celu wartość ta ukazywana jest w czasopismach dla dzieci? Czy potoczne rozumienie leksemu *przyjaciel*, ukazane w analizowanych pismach, przekłada się na definicje słownikowe? Niniejsza praca jest próbą udzielenia odpowiedzi na te pytania.

2. Leksem *przyjaciel* w ujęciu definicji słownikowych i w czasopismach dla dzieci

Słownik języka polskiego pod red. W. Doroszewskiego podaje: przyjaciel to 1. 'człowiek pozostający z kimś w bliskich, serdecznych stosunkach, żyjący z kim w przyjaźni; powiernik, druh'; 2. 'człowiek okazujący komu lub czemu swoją sympatię, poparcie, sprzyjający czemu, zwolennik, miłośnik, protektor, mecenas (często w nazwach różnych towarzystw popierających co, opiekujących się czym)' [Doroszewski, red. 1965: 529]. Podobnie definiowany jest termin *przyjaciel* w *Słowniku języka polskiego* pod red. M. Szymczaka: przyjaciel to 1. 'człowiek pozostający z kimś w bliskich, serdecznych stosunkach, żyjący z kimś w przyjaźni, darzony zaufaniem'; 2. 'człowiek okazujący komuś lub czemuś swoją sympatię, sprzyjający czemuś; zwolennik, miłośnik, protektor' [Szymczak, red. 1998: 990]. Również w *Słowniku współczesnego języka polskiego* pod red. B. Dunaja wskazuje się na takie same jak w wyżej zacytowanych słownikach cechy przyjaciela – to: 1. 'osoba połączona z kimś bliskimi, serdecznymi więzami, pozostająca z kimś w przyjaźni, darząca go zaufaniem'; 2. 'ktoś, kto okazuje komuś lub czemuś swoje uczucia, bezinteresownie wspierający kogoś lub coś; miłośnik, protektor, opiekun' [Dunaj, red. 1996: 904].

Z uwagi na interesującą mnie tu problematykę aksjologiczną szczególnie ważne jest znaczenie słowa *przyjaciel* ujęte w punkcie pierwszym w przytoczonych definicjach. We wskazanych wyjaśnieniach znaczenia analizowanego leksemu przyjaciel to przede wszystkim człowiek, osoba. Zgodnie z tym niejako wykluczona jest możliwość, jakoby przyjacielem mogło być zwierzę lub maskotka, tak jak to jest w przypadku czasopism dla dzieci. Jeżeli zaś chodzi o cechy semantyczne zarejestrowane w ana-

lizowanych definicjach, to akcentuje się tu bliskie, serdeczne stosunki, zaufanie, powiernictwo, wierność, dobroć, oddanie, serdeczność. Z kolei znaczenie słownikowe leksemu *przyjaciel*, zapisane w punkcie drugim przytoczonych definicji, rzadziej ma odniesienie do badanego materiału, niemniej prezentowani w czasopismach przyjaciele w istocie okazują sobie nawzajem sympatię i poparcie. Nie chodzi tu jednak o opiekę nad czyimś mieniem, działalnością czy udzielanie poparcia za pomocą wpływów.

Na podstawie analizy wybranych czasopism dla dzieci stwierdzam, że w porównaniu z tłumaczeniem słownikowym w pismach dziecięcych rejestr cech semantycznych odnoszących się do słowa *przyjaciel* jest znacznie rozbudowany. Ujawniane cechy semantyczne wiążą się tu ściśle z potocznym obrazem świata wyrazu *przyjaciel*, zawężonym dodatkowo do określonej grupy wiekowej odbiorców. Prezentowane w prasie interpretacje analizowanego leksemu rozszerzają jego podstawowe rozumienie. *Przyjaciel* to, w tym przypadku, nie tylko człowiek (osoba), ale także zwierzę (por. *Wszędzie tam, gdzie są ludzie, żyje też pies domowy – najlepszy przyjaciel człowieka* – M, 3/06, s. 13¹) i ukochana zabawka (por. *To Misiek, ukochana zabawka, przytulanka i przyjaciel malej Tosi* – M, 11/06, s. 11). Wzbogaceniu uległy też cechy semantyczne odnoszące się do leksemu *przyjaciel*. Oprócz tego, że jest on wierny, dobry, oddany i serdeczny, najczęściej wykazuje się też pomocą, czułością oraz zapewnia dobrą zabawę. Na podstawie cech o najwyższej frekwencji wyróżniłam kategorie semantyczne charakterystyczne dla analizowanych czasopism dla dzieci.

3. Kategorie semantyczne w czasopismach dla dzieci

Założeniem niniejszej pracy jest przeświadczenie, że każdy wyraz konotuje² (współoznacza) utrwalony w danej grupie obraz świata. Istotnym elementem w rozumieniu określonych pojęć jest system wartości obowiązujący w danym społeczeństwie. Przez dzieci ów system jest mniej lub bardziej uświadamiany, w zależności od wieku, wychowania, domu. Dopiero uczą się one funkcjonować w społeczności, czy to szkolnej, czy rodzinnej, czy też kulturowej. Zatem słuszne wydaje się pielęgnowanie

¹ Kolejno podaję skrót tytułu czasopisma, numer, rok i stronę, na której jest zamieszczony cytowany fragment.

² Termin *konotacja* wywodzi się z dzieła J.S. Milla. Zgodnie z jego twierdzeniami definicję nazwy tworzy to wszystko, co kojarzy się z daną nazwą w momencie jej wypowiedzania. Dla sytuacji wątpliwych logik pozostawia prawo indywidualnego wyboru [zob. Mill 1962: 49–51].

określonych wartości, np. przyjaźni, i uczenie odpowiedniego postrzegania świata, podejścia do rówieśników przez ukazywanie życzliwości, tolerancji, pomocy innym itd. Niepokojący jest jednak fakt, że wartość przyjaźni staje się niekiedy przedmiotem perswazji w prasie w celach marketingowych. W mojej pracy będę zatem rozpatrywać sposoby mówienia o przyjaźni w czasopismach dla dzieci. Wyróżnię kategorie semantyczne najczęściej występujące w prasie dziecięcej. Skupię się tu na wartościowaniu pośrednim, bowiem kategorie te pokazują odbiorcy pożądane przez niego cechy pozytywne.

3.1. Kategoria niesienia pomocy

W czasopismach dla dzieci widoczne są liczne zabiegi semantyczne. Na ich podstawie można ujawnić sposoby oceniania i hierarchizowania przyjaźni. Istotne są tu cechy charakteru przejawiające się w zachowaniu bohaterów wobec przyjaciół. Przyjaciół ukazywany jest jako postać o określonych ideałach i dążeniach. Jest gotowy nieść pomoc, niemal manifestuje życzliwość i nie zostawia bliskiej osoby w potrzebie, por.:

- (1) *Wpadł Tygrysek do maleństwa,*

po południu, w środku lata.

Patrzy, a tu kangurzyca

czyści, sprząta i zamiata.

– Bardzo chętnie ci pomogę,

bo w robocie jestem szybki.

– Och, dziękuję ci, Tygrysku,

możesz w oknach umyć szybki. (KP, 8/01, s. 10)

- (2) *Puchatek usłyszał wołanie przyjaciela i wyszedł, żeby mu pomóc. Ale sam zaczął się ślizgać, stracił równowagę. (KP, 1/01, s. 14)*

Autorzy czasopism często „wciągają” czytelnika w daną sytuację (w grę językową)³, sygnalizując, przez bezpośredni zwrot do młodego człowieka, że bohater tekstu, przyjaciel, oczekuje pomocy z jego strony. Bardzo często jest to prośba mająca charakter pouczenia, por. czasowniki: *pomóż, weź, możesz*. Dzięki takiemu zabiegowi młody człowiek jest

³ Termin *gra językowa* rozumiany jest jako „szczególny sposób organizacji środków z różnych poziomów systemu językowego, uwzględniający także cały kulturowy polisystem ich możliwości [...]. Dzięki temu zostaje uruchomiona dodatkowa (tzn. poza znaczeniem wnoszonym za pomocą jednostek i reguł kodu językowego) sfera znaczeń wtórnych, warunkowanych zjawiskami języka i kultury” [cyt. za: Jędrzejko 1997: 66].

świadomy tego, że przyjaciel z czasopisma ma problemy, ale tylko dziecko biorące udział w danej przygodzie może udzielić pomocy. Ilustrują to następujące przykłady:

- (3) *Detektyw Prosiaczek próbuje zebrać bukiet. Nie może jednak znaleźć kwiatka, który zobaczył wcześniej pod lupą. Pomożesz mu?* (KP, 8/01, s. 34)
- (4) *Hop! Wiatr uniósł Prosiaczka w powietrze. Prosiaczek zgubił but. Pomóż mu go znaleźć.* (KP, 5/00, s. 31)
- (5) *Oj, biedny Prosiaczek, zgubił jedno wiosło! Pomóż mu i wskaż paluszką, którą drogę powinien wybrać, aby dopłynąć do wiosła.* (KP, 8/00, s. 7)
- (6) *Kubuś Puchatek, Królik, Prosiaczek i Tygrys ozdabiają świąteczne drzewko. Ale co to... zniknęły kolory? Weź kredki i pomóż przyjaciółom ubarwić choinkę. Możesz domalować więcej ozdób.* (KP, 12/00, s. 12)

Przytoczone cytaty potwierdzają obecność perswazji⁴ w tekstach przeznaczonych dla dzieci. Jednocześnie widoczny jest duży nacisk na przyjaźń i wszystko, co się z nią łączy. Próby nakłaniania, wpływania na postępowanie odbiorcy mają miejsce także w czasopismach dla dzieci w tzw. minitestach. Już same ich tytuły wskazują na szczególne akcentowanie omawianej wartości, por.: *Jaką jesteś przyjaciółką? Przyjaciel na szóstej! Sprawdź, czy można się z Tobą kumplować?* W testach tych najbardziej pożądaną cechą przyjaciela jest właśnie chęć udzielenia pomocy, por. pytanie: *Twoja koleżanka zapomniała czegoś przy odpowiedzi. Jak się zachowasz?* Autor testu opisuje dalej możliwe reakcje oraz podaje liczbę punktów za udzielenie konkretnej odpowiedzi: *Nic nie zrobisz. Ona powinna radzić sobie sama; Zawsze wszystkim pomagasz; Pomożesz, ale tylko swojej przyjaciółce.* Suma punktów uzyskanych za wybrane odpowiedzi odsyła do charakterystyki zamieszczonej pod testem. Czytelnik dowiaduje się, jakim jest przyjacielem, nad czym powinien popracować, a w czym pozostać niezmiennym. Tutaj również akcentuje się potrzebę niesienia pomocy, por.:

- (7) *Nie masz zbyt wielu przyjaciółek. Lubisz wszystko robić sama. [...] Pomyśl, może warto komuś pomóc? Prawdziwa przyjaciółka przyda się w ciężkich chwilach.* (K, 2/04, s. 45)
- (8) *Masz przyjaciółkę, której opowiadasz o wszystkim i ona Ci wystarcza. Zawsze możesz liczyć na jej pomoc. Rozumiecie się doskonale i pomagacie sobie we wszystkim.* (K, 2/04, s. 45)

Leksem *przyjaciel* w powyższym ujęciu konotuje pomoc, poczucie pewności, otwartość, czułość, zrozumienie, oparcie, dobroć, wrażliwość. Zatem przyjaciel to osoba, która nie może znieść smutku, cierpienia,

⁴ Definicją perswazji zajmuję się w podrozdziale 4.

samotności i bezradności kogoś bliskiego. Wysłuchuje prośb, pomaga w potrzebie, rozumie towarzysza, wspomaga go. Trwa w przyjaźni nie tylko wtedy, gdy wszystko układa się pozytywnie, ale także w sytuacjach trudnych, wymagających poczucia pewności i wierności. Przyjaciół to ktoś, kto chętnie, z własnej woli udzieli pomocy pod każdą postacią.

3.2. Kategoria czułości

W czasopismach dla dzieci dość duży nacisk kładzie się na skierowanie wrażliwości młodych odbiorców na bodźce zewnętrzne. Bardzo często nadawca traktuje odbiorcę z serdecznością, wręcz jest w stosunku do niego tkliwy, wyrażając tym samym pozytywne uczucia.

Jak wynika z wcześniejszych ustaleń, w prasie dziecięcej nadawcę (bohatera przez niego kreowanego) i odbiorcę łączy przyjaźń – przynajmniej tak zakładają autorzy czasopism. Do bliskich im osób zwracają się więc czule, por. *kochane dzieciaki, drogie dzieci, nasze kochane Przedszkolaki, kochane Misiaki, kochane Miśki*. Bezpośrednie, czułe zwroty do adresata mają na celu zazwyczaj zachęcenie do lektury czasopisma lub do udziału w konkursie. Czułość, jako istotna cecha przyjaciela, ujawnia się też w czasopismach w postawie do drugiego człowieka i zachowaniu względem niego, por.:

(9) *Co mi dasz, misiu?*

Niewiele muszę mieć,

żeby ci dać tak wiele:

wystarczy wielkie serce,

by być twym przyjacielem. (M, 10/06, s. 3)

W tym ujęciu przyjaciel konotuje więc czułość, miłość, oddanie i wrażliwość. Przyjaźń ukazywana jest za pomocą słów. Najczęściej wyraża się ją przez leksem *kocham*, konotujący czułość w znaczeniu współodczuwania, zrozumienia i akceptacji, a jednocześnie wierności i trwania w przyjaźni. W tym znaczeniu czułość nie odnosi się tylko do gestów (uściśnięcie dłoni, spojrzenie w oczy czy przytulenie), ale raczej do wrażliwości przyjaciela na sprawy i przeżycia partnera.

3.3. Kategoria zabawy

W wolnym czasie dzieci poszukują przede wszystkim rozrywki. W coraz mniejszym stopniu są też kontrolowane przez rodziców, którzy

często wychodzą z założenia, że samo zakupienie czasopisma i ofiarowanie go dziecku zwalnia ich z obowiązku zorganizowania wolnego czasu i zapewnienia milej, bezpiecznej i pożytecznej zabawy.

W czasopismach dla dzieci leksemy *zabawa* i *bawić się* mają dużą frekwencję, por.:

- (10) *Podczas zabaw w cieniu lipy, która tuż przed domem rosła, Kubuś spytał swych przyjaciół, czy potrafią zagrać w „Osla”!* (KP, 8/01, s. 17)
- (11) *Pobaw się z Mamą. Spróbujcie złapać wirujący śnieg. Czy śnieg jest biały? Nabierzcie śnieg do przezroczystego naczynia. Narysujcie, co się stało ze śniegiem.* (M, 1/06, s. 21)
- (12) *Cześć, to my: Puchatek Miś, Tygrys, Królik oraz Krzyś, Klapouchy i Prosiaczek, Sowa – Bardzo Mądra Głowa. Chcemy wszystkie dzieci bawić oraz światem zaciekawić, uczyć malców praw natury.* (KP, 12/01, s. 2)

Przyjaciel oprócz tego, że wspiera w trudnych chwilach i pomaga, uczestniczy też w zabawie, zapewnia radość, rozluźnienie, odpoczynek. Zabawa polega tu na wspólnym spędzaniu wolnego czasu przy ciastku i herbatce, urządzaniu przyjęcia i grach, por.:

- (13) *Kubuś Puchatek zaprosił przyjaciół na podwieczorek. Rozpalil ogień w kominku, aby ogrzać chatkę.* (KP, 1/01, s. 13)
- (14) *Oto gra, w którą możesz zagrać z przyjaciółmi. Potrzebna jest kostka, pionki, kawałek papieru i ołówek.* (KP, 9/00, s. 14)
- (15) *Zagraj z przyjaciółmi w naśladowanie zwierząt. Jedno dziecko pokazuje ruch lub odgłosy wydawane przez wybrane przez siebie zwierzę. Pozostale dzieci zgadują, co to za zwierzę.* (M, 15/06, s. 23)

Na podstawie podanych przykładów można stwierdzić, że czynności wykonywane dla rozrywki, przyjemności i odprężenia psychicznego są bardzo często opisywane w czasopismach dla dzieci i zajmują istotne miejsce również w życiu młodych odbiorców. To, co cieszy i bawi, szybko przykuwa ich uwagę, a gotowe propozycje na spędzanie wolnego czasu są wykorzystywane w praktyce. Młody czytelnik jest więc podświadomie wciągany w grę z nadawcą. Postępuje tak, jak autor pisma sobie tego życzy, realizując gotowe „przepisy” na udany dzień (udaną zabawę).

Przyjaciel może nas też zabrać w wirtualną podróż do Afryki czy krainy wiecznego lodu, by pokazać, jak żyją tam zwierzęta. Dziecko, pozbawione w roku szkolnym możliwości dłuższej wyprawy, z chęcią ogląda więc zamieszczone zdjęcia odległych krajów. Elementem dydaktycznym, bardzo słusznie zresztą „przemycanym” przez autorów pism dziecięcych, jest informowanie przy tej okazji o zwierzętach czy roślinach zamieszkujących dane obszary, por.:

- (16) Panda pisze do Puchatka (przyjaciela) list: *Wesołych Świąt, kochany Puchatku! Czy w Stumilowym Lesie jest już śnieg? Tutaj, na dalekiej północy jest mnóstwo śniegu i jest bardzo zimno. Mieszkają tu lisy polarne. Z jednym z nich bardzo się zaprzyjaźniłam.* (KP, 12/00, s. 24)
- (17) *Czy widzieliście kiedyś mysia norkę? Albo ptasie gniazdo? Jeśli nie, Prosiaczek chętnie wam opowie o domkach różnych zwierząt. Te liski mieszkają w norce na skraju łąki. Norka i niekończące się korytarze zostały wykopane przez pracowite borsuki.* (KP, 9/01, s. 8)
- (18) *Oto rodzina gepardów. Maluchy wraz z mamą mieszkają w Afryce. Czy wiecie, że są najszybszymi zwierzętami na świecie? A co robią całymi dniami? Tygrys zaraz wam o tym opowie.* (KP, 9/01, s. 26)

Z kolei w piśmie „Miś” została utworzona rubryka „Klub ciekawskich”, w którym o istotnych informacjach powiadamia dzieci niedźwiadek Moni z warszawskiego zoo:

- (19) *Nosorożce są dużymi zwierzętami roślinożernymi. Mają jeden lub dwa rogi z przodu głowy. W Afryce żyje nosorożec biały, inaczej zwany tępunosym.* (M, 1/06, s. 13)
- (20) *Nietoperze żyją prawie na całym świecie, z wyjątkiem krain wiecznego lodu. Są jedynymi ssakami, które mają skrzydła i potrafią latać.* (M, 2/06, s. 16)

Fakt, że to niedźwiadek Moni udziela czytelnikom ważnych informacji, jest elementem gry pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Młody człowiek, pozostający w przyjaźni z mieszkańcem warszawskiego zoo, bawi się, przyswajając sobie wiadomości przez niego podawane. Zapewne czyni to chętniej, ponieważ jako przyjaciel niedźwiadka musi go wysłuchać.

3.4. Kategoria autorytetu

Za zjawisko powszechne w czasopismach dziecięcych można uznać kreowanie nowych przyjaciół. Przyjaźń jest istotna dla dzieci, spełnia naturalne potrzeby człowieka związane z bliskością, chęcią przebywania razem. Należy tu zaznaczyć, że u dzieci potrzeba ta jest szczególnie silna. Przeżywają one liczne rozterki i konflikty z otoczeniem. Odczuwają więc potrzebę obcowania z rówieśnikami, wśród których szukają przyjaciół, czyli osób, którym mogą zaufać. Dzieci naśladują często wzory podpatrzone u autorytetów, którymi mogą być bohaterowie literaccy, filmowi lub czasopism. W pismach dla dzieci prezentuje się więc bohaterów nazywanych przyjaciółmi. To chwyt bardzo niebezpieczny dla dziecka, ponieważ jest ono ufne, podatne na wszelkie sugestie, a tym samym łatwo ulega wpływom. W kontekście treści zawartych w czasopismach kształtuje się

często gusty, upodobania, a czasem nawet wyznacza cele w życiu i kreuje fikcyjne przyjaźnie. W roli autorytetów kreuje się więc Kubusia Puchatka i jego przyjaciół ze Stumilowego Lasu, czy też Misia, bohatera czasopisma „Miś – Przyjaciel Najmłodszych”. W ten sposób fantastyczni bohaterowie stają się dla dziecka kimś ważnym, przyjacielem, tym bardziej że młody odbiorca jest w tym przekonaniu utwierdzany, por.:

- (21) *Puchatek i przyjaciele wyszli na dwór. Nie przejmują się deszczem. Pokoloruj białe fragmenty parasolek, żeby naszym przyjaciołom było weselej w ten szary, deszczowy dzień.* (KP, 3/01, s. 23)
- (22) *Jaki wspaniały pochód z latarniami urządzili sobie nasi przyjaciele!* (KP, 11/00, s. 25)
- (23) *Naszym przyjaciołom zrobiło się nieswojo. Dokola nic, tylko mgła i mgła. Nie mogą trafić do domku Sowy [...]. Pomóż im odnaleźć go we mgle.* (KP, 11/00, s. 10)
- (24) *Dzień dobry, to ja, Wasz Miś. Przygotowałem piękną laurkę i wszystkim chłopcom z okazji ich święta uśmiechu i radości, przyjaźni i miłości życzę. Dziewczynki też pozdrawiam [...]. Wasz Przyjaciel Miś.* (M, 18/06, s. 2)
- (25) *W tym numerze po raz ostatni spotkamy się z Plamką. Nasz mały przyjaciel przygotował się już do zimowego snu i żegna się z nami. W następnym numerze poznacie przygody nowych bohaterów [...], mam nadzieję, że Wy też się z nimi zaprzyjaźnicie.* (M, 21/06, s. 2)

Zaimki *naszym, nasi, nasz, wasz* wyznaczają odbiorcę komunikatu oraz powodują pewną bezpośredniość, więc, wspólnotę celów pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Ze względu na zastosowaną tu liczbę mnogą zaznacza się ukryta obecność kilku osób, do których kierowane są słowa nadawcy. Zaimki te wzmacniają też poczucie integralności. Ma to na celu stworzenie takiej sytuacji, w której nadawca utożsamia się z odbiorcą i wciąga go do pewnej wspólnoty. Dodatkowym zabiegiem perswazyjnym w piśmie „Miś” jest informacja zamieszczona na drugiej stronie: *Przyjacielem tego „Misia” jest ...*. W wy kropkowanym miejscu należy wpisać swoje imię (por. „Miś”, nr 19, 20, 21, 22/06). Oznacza to w domyśle, że przyjacielem konkretnego numeru czasopisma (słowo Miś pisane w cudzysłowie) jest ten, kto je posiada (ktoś, kto kupił lub dostał w prezencie) na wyłączność. Stąd wniosek, że przyjacielem danego numeru „Misia” jest tylko ta osoba, która ma konkretny egzemplarz.

W czasopismach dla dzieci ukazuje się więc potrzebę bliskości. Młodzi czytelnicy poszukują w otoczeniu osób, które tę potrzebę pomogłyby zaspokoić, zwłaszcza gdy we własnej rodzinie nie mogą mieć wsparcia. Zapracowani rodzice, którzy nie mają czasu dla dzieci, i coraz szerzej rozwijające się patologie sprawiają, że dziecko czuje się w społeczeństwie obco i samotnie, a bajkowe wizje przyjaciół z czasopism są traktowane przez nie bardzo poważnie. Bohaterowie ci są

specyficznymi „nośnikami” niepisanego kodeksu obowiązującego w danej grupie społecznej. Na podstawie zachowania owych autorytetów dzieci uczą się rozumienia pojęć *przyjaciół* i *przyjaźń*.

Nie tylko bohaterowie fikcyjni mogą wpływać na opinie i zachowania innych ludzi (tutaj dzieci). Na autorytety kreuje się też rodziców. Wykorzystuje się tu relacje bliskości, w szczególności więź rodzinną. Rodzice z racji tego, że dali życie, wychowują i bardzo dobrze znają swoje dzieci, są ich najlepszymi przyjaciółmi. Można z nimi miło spędzić czas na zabawie, por.:

- (26) *Pobaw się z Mamą. Zróbcie dwie pierwsze strony do książeczki „A ja rosnę”. Obrysujcie swoje dłonie i stopy na dwóch kartonach. Połączcie brzegi tak, aby stworzyły książeczkę. W Twoje kolejne urodziny powtórzcie to i dołączcie nowe kartki do książeczki.* (M, 5/06, s. 21)
- (27) *Poproś dziś mamę, aby zrobiła z Tobą pyszną pizzę. [...] Załóż fartuszek, żeby się nie ubrudzić, albo poproś, żeby pomogła Ci mama. Weź pudełko pizzy Knorr i razem z mamą przeczytajcie instrukcję, jak przygotować pizzę i co dokładnie będzie Wam potrzebne.* (M, 10/06, s. 13)
- (28) *Poukładam ubranka, poczekaj na mnie do ranka. Z tatą było kąpanie, teraz będzie skakanie i figlowanie. Książeczek czytanie, przytulanie i z mamą przebywanie.* (M, 4/06, s. 21)

Autorzy pism uczą też, że należy traktować rodziców z szacunkiem oraz uświadamiają, że to dzięki nim dzieci mają wszystko. By odwdziżyć się, proponują zrobienie „niespodzianki” dla mamy lub taty (a więc dostarczenie im przyjemności):

- (29) *Prawie każdy mężczyzna, będąc dzieckiem, pragnął zostać pilotem. Twój tato być może też o tym marzył. Na pewno się ucieszy, kiedy dostanie od Ciebie prezent – ramkę na zdjęcia w kształcie samolotu.* (M, 12/06, s. 19)
- (30) *Z małego serduszka możesz zrobić dla mamy medal. Takie samo serduszko, tylko z grubszej tektury, może być breloczkiem do klucza.* (M, 10/06, s. 12)

Przyjaciół w tym ujęciu konotuje więc wdzięczność (pragnienie odpowiadzenia na doświadczone dobro, podziękowanie, chęć odwzajemnienia, potrzebę rewanżu). Jednocześnie przyjaźń ukazana jest jako pewna niepisana forma współzobowiązania, w myśl której za dobro odpłaca się dobrem. Co prawda, dziecko niewiele może, niemniej drobne prezenty wykonane samodzielnie z pewnością są dobrą formą wyrażenia wdzięczności.

4. Perswazyjność przyjaźni w tekstach prasowych

W *Słowniku języka polskiego* pod red. M. Szymczaka definicja perswazji brzmi: ‘tłumaczenie komuś czegoś, namawianie, odradzanie; prze-

konywanie kogoś o czymś; perswadowanie' [Szymczak, red. 1998: 612]. Perswazja, posługując się określonymi środkami, służy przekonywaniu i dąży do osiągnięcia przewidywanego efektu. Dominuje dziś głównie w tekstach przygotowanych w celu promocji usług lub towarów. Prasa dziecięca nie jest od niej wolna. W tym kontekście perswazję można postrzegać jako „starania o wywarcie bez przymusu, za pomocą przekazów (słownych i pozasłownych) i zawartej w nich argumentacji (racjonalnej i emocjonalnej), stanowiącej wynik selekcji treści i form, wpływu na przekonania, opinie, postawy, nastroje, a co za tym idzie i na zachowania adresata/adresatów tych przekazów” [Pisarek 2003: 15].

W przypadku odbiorców badanych tekstów prasowych pod wpływem określonych przekazów dochodzi do kształtowania postawy wobec życia. Już wstępna analiza materiału ujawniła, że słowo *przyjaciel* jest bardzo często używane w analizowanych czasopismach. Przyjaciela ukazuje się za pomocą danych cech. Do najczęstszych należą: niesienie pomocy, czułość, opiekuńczość, wrażliwość, dobro. Za W. McGuire'em [za: Lewiński 1999: 44] stwierdzam, że perswazja w prasie dziecięcej przejawia się w podjęciu uczestnictwa w dyskursie, poddaniu się jej, utwierdzeniu nabytych przekonań i działaniu. W komunikacie prasowym udział w dyskursie ma specyficzny charakter i wiąże się z nierównorzędnym stosunkiem nadawcy i odbiorcy. W przypadku odbiorcy – dziecka istotna jest motywacja. Motywuje się więc życzliwą postawą nadawcy, bohaterami, często podobnymi do odbiorców, ukazywaniem sytuacji znanych dziecku z życia czy też interesującą lekturą samego pisma, zabawą (stąd liczne komiksy, krzyżówki, rebusy, „minitesty” lub nawiązania do zabawnych sytuacji czy miłego spędzania czasu). Gdy dziecko jest już w pełni zmotywowane (zachęczone) do lektury czasopisma, szybciej poddaje się perswazji. Ze względu na ograniczoną wiedzę o świecie łatwo akceptuje opisany stan rzeczy i w pełni się z nim zgadza, a nawet uosabia. Pisma te są więc, w kontekście analizowanej wartości, gotową receptą na to, jak zdobyć przyjaciela, a jeśli się to z jakiegoś powodu nie udaje, same dostarczają rozrywki, pomagają miło spędzić czas wolny, a fikcyjni bohaterowie oferują swoją przyjaźń. Teraz jeszcze musi nastąpić utwierdzenie nabytych przekonań – pełna akceptacja przyswojonych treści, w wyniku czego dochodzi do działania, czyli nabycia czasopisma.

W czasopismach dla dzieci przedstawia się więc wizerunek prawdziwego przyjaciela, który nigdy nie zawodzi, zawsze jest obok, zwłaszcza gdy jest się opuszczonym i nieszczęśliwym. Ufa i wierzy, że nigdy nie postąpi się źle, nieuczciwie, podle. Przyjaciel znajduje czas dla bliskiej osoby, motywuje do nauki, tłumaczy angielskie słówko i zadanie z matematyki. Rezygnuje ze swoich przyjemności, by odwiedzić w czasie choroby. Nie

zdradza tajemnic. Nie opuszcza w trudnej sytuacji. Przyjaciół jest wierny, więc czytelnik powinien kupić kolejny numer „Kubusia Puchatka”, „Kumpla” czy „Misia”, żeby z nimi (swoimi przyjaciółmi) nadal obcować, by pielęgnować to uczucie. Jest to powiedziane wprost w „Misiu”, por. informację zamieszczoną na okładce jednego z numerów:

(31) *Niektórzy z Was już nie są przedszkolakami. Nie musi to jednak oznaczać rozstania z nami. Mamy nadzieję, że przyjaźń z „Misiem” przetrwa tę ciężką próbę.* (M, 17/06, okładka)

(32) *Przyjacielem tego numeru „Misia” jest...* (M, 19/06, s. 2)

Innym zabiegiem perswazyjnym jest już jawne reklamowanie np. seansów filmowych w jednym z warszawskich kin, oczywiście poprzez wykorzystanie sylwetki bohatera dzieci – Misia:

(33) *„Miś – Przyjaciół Najmłodszych” zaprasza dzieci do warszawskiego kina Luna na „Filmowe Poranki z Misiem”. Te weekendowe pokazy to jedyna i niepowtarzalna okazja do obejrzenia najlepszych polskich filmów animowanych. To wyjątkowa szansa na pokazanie dzieciom bajek z dzieciństwa ich rodziców! [...] Spotkajmy się z Misiem w Lunie.* (M, 21/06, s. 17)

Autorzy tekstów prasowych stosują różne zabiegi w celu skłonienia do danego zachowania. W pismach dla dzieci pokazywane są sposoby na zrobienie niespodzianki przyjacielowi. Oto jeśli jesteś prawdziwym przyjacielem, a więc zależy ci na tym, żeby zrobić przyjemność (nie-spodziankę) ważnej osobie, zrobisz dla niej „puchatkową zakładkę”, a w przyszłości kupisz maskotkę z wizerunkiem Kubusia Puchatka, Prosiaczka czy Tygryśka. W piśmie jest zamieszczona dokładna instrukcja – Puchatek kolejno podpowiada, co trzeba zrobić, by uszczęśliwić i zaskoczyć przyjaciela. Musi się tylko kupić czasopismo, żeby tę instrukcję poznać. Jednocześnie zauważa się tendencję do utrwalania danych elementów czasopisma, by ułatwić młodym czytelnikom zapamiętanie komunikatów, stąd powtarzalność pewnych działów, por. Poczytaj z tatą, Klub ciekawskich, Rozmowy ze świnką Halinką, Przygody misia Zdzisia itd.

Można więc stwierdzić, że czasopisma dla dzieci są specyficznym nośnikiem perswazji. „Żongluje się” w nich pewnymi pojęciami, w tym leksemem *przyjaciół*, by zachęcić do lektury artykułu, a co za tym idzie – po prostu do kupienia czasopisma. Jest to wyraźny przejaw kultury konsumpcyjnej. Można też powiedzieć, że w pismach tych utrwalony jest pewien wzorzec rozumienia kultury, mianowicie nie tyle liczy się, żeby „być” przyjacielem, co – by go „mieć”, a duże nacechowanie pozytywne leksemu *przyjaciół* powoduje ukazywanie tego pojęcia jako wartości ważnej, o czym świadczą połączenia: *nieskończona, absolutna, pełna przyjaźń*.

5. Wnioski końcowe i refleksja

W opracowaniu analizowałam wybrane teksty zamieszczone w czasopismach dla dzieci. Są one charakterystyczne ze względu na specyfikę odbiorcy – dziecka, a więc nierównorzędnego „partnera” komunikatu językowego. Przyjrzałam się bliżej sposobom rozumienia i hierarchizowania pojęcia *przyjaciel* w tym typie przekazu, który nie jest wolny od perswazji i ukrytych marketingowych celów. Poddawałam analizie procesy zachodzące na poziomie znaczeń określonych konstrukcji. Obecność przyjaźni w czasopismach dla dzieci oznacza, że jest ona wartością ważną w naszej kulturze. Dodatkowo duża frekwencja rzeczownika *przyjaciel* w badanych pismach świadczy o tym, że wartość ta jest bardzo istotna dla młodych odbiorców, co dowodzi potrzeby przebywania w gronie przyjaciół. Dzieci, poprzez pryzmat analizowanego uczucia i systemu języka, modelują swój światopogląd. Prasowe konkretyzacje leksemu *przyjaciel* ukazują jego rozumienie potoczne, uwarunkowane kulturowo przez oddziaływanie przede wszystkim rodziny i szkoły. Analizując sposób definiowania leksemu *przyjaciel*, rozpatrywałam cechy przypisywane temu wyrazowi. Uwidocznione tu ujęcia wyróżniłam za pomocą kategorii semantycznych. Składają się one na całościową definicję tego leksemu. *Przyjaciel* to więc: ‘ktoś (osoba) lub coś (zabawka, zwierzę) pozostające w bliskich, serdecznych, czułych stosunkach, na kogo (co) możemy liczyć w potrzebie, kto (co) zawsze ma dla nas czas, wysłucha naszych zwierzeń, nie zdradzi, nie odwróci się od nas, kto (co) jest wrażliwy i nie zwraca uwagi na nasz wiek, kto (co) nam pomoże oraz rozbawi (zapewni udaną zabawę)’. Warto tu też dodać, że przyjaciele ukazywani na łamach prasy są konkretyzowani, mają imiona, co służy ich identyfikacji i wyróżnieniu. W czasopismach dla dzieci funkcjonują głównie imiona zdrobniałe, koleżeńskie (por. *Kubuś Puchatek, Prosiaczek, Tygrysek, Krzyś, Miś, Wiktorek, Moni, Halinka, Plamka* itd.). Ma to na celu stworzenie atmosfery rodzinnej, bezpieczeństwa.

Analiza zgromadzonego materiału pozwoliła na sformułowanie następujących wniosków:

1. Przyjaźń jest istotną wartością dla analizowanej grupy tekstów i ich odbiorców.
2. W odbiorze tekstów traktujących o przyjaźni zauważa się przewagę skojarzeń pozytywnych nad negatywnymi.
3. Abstrakcyjne pojęcie przyjaźni jest konkretyzowane w czasopismach dla dzieci poprzez mechanizmy językowego wartościowania.
4. Sens przyjaźni upatrywany jest w działaniu na rzecz przyjaciela, dla jego dobra.

5. Na określenie przyjaciół pojawiają się nazwy własne, w tym osobowe (imiona, przezwiska) i nazwy zwierząt.

6. Bezdyskusyjna jest obecność i potrzeba przyjaźni w życiu dzieci w wieku szkolnym. Wchodzi ona w skład niepisanego kodeksu obowiązującego w społeczności szkolnej. Wszelkie przejawy niszczenia przyjaźni, zdrady i fałszu są piętnowane.

Powyższe wnioski są oparte na porównaniu definicji słownikowych i językowego obrazu przyjaciela w czasopismach dla dzieci. W rozmowach z adresatami owych pism można zaobserwować wpływ prasy dziecięcej na styl życia, system wartości, sposób oceniania rzeczywistości. Wielkim autorytetem są dla dzieci tacy bohaterowie jak Tygrysek, Prosiaczek czy Miś. Można powiedzieć, że pisma te „wychowują” sobie przyszłych klientów. Rozbudzając miłość do fikcyjnych bohaterów, dziecko prosi rodzica o kupno filmu DVD z Kubusiem Puchatkiem w roli głównej, maskotki, puzzli itd. Czasopisma dla dzieci są więc specyficznym nośnikiem reklamy. *Żongluje się* w nich pewnymi pojęciami, w tym leksemem *przyjaciół*, by zachęcić do lektury artykułu, co za tym idzie – po prostu do kupienia czasopisma. Jednocześnie biorąc pod uwagę priorytety i wymagania, jakie stawia przed młodym pokoleniem otaczająca rzeczywistość, należy chwalić wszelkie próby ukazywania wartości pozytywnych, takich jak np. przyjaźń.

Wykaz skrótów:

K – „Kumpel”

KP – „Kubuś Puchatek”

M – „Miś – Przyjaciół Najmłodszych”

Literatura

- Abramowicz M., 1993, *Wolność* [w:] *Nazwy wartości*, red. J. Bartmiński, M. Mazurkiewicz-Brzozowska, Lublin.
- Antosiak A., 2003, *Obraz wolności w czasopiśmie młodzieżowym „Bravo Girl!”* [w:] *Język w kręgu wartości. Studia semantyczne*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 361–381.
- Burda J., 2005, *Gra językowa we współczesnych tekstach prasowych*, „Zeszyty Naukowe UR”. Językoznawstwo 2, red. K. Ożóg, Rzeszów, s. 9–17.
- Dunaj B., 2000, *O stanie współczesnej polszczyzny* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia*, red. G. Szpila, Kraków, s. 25–34.
- Gajda S. (red.), 2001, *Najnowsze dzieje języków słowiańskich. Język polski*, Opole.
- Guz B., 2001, *Język wchodzi w grę – o grach językowych na przykładzie sloganów reklamowych, nagłówków prasowych i tekstów graffiti*, „Poradnik Językowy”, z. 10, s. 9–20.

- Jedliński R., 2000, *Językowy obraz świata wartości w wypowiedziach uczniów kończących szkołę podstawową*, Kraków.
- Jędrzejko E., 1997, *Strategia tekstotwórcza a gry językowe w literackich nazwach własnych* [w:] *Gry w języku, literaturze i kulturze*, red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk, Warszawa.
- Kopeć U., 2008, *Językowy obraz wartości w wypowiedziach licealistów (przyjaźń – miłość – nienawiść)*, Rzeszów.
- Lewiński P.H., 1999, *Retoryka reklamy*, Wrocław.
- Mamcarz A., 1996, *Metodologia badań nad językiem nakłaniania. Zarys problematyki*, „Poradnik Językowy”, z. 10, s. 14–24.
- Mill J.S., 1962, *System logiki dedukcyjnej i indukcyjnej*, t. 1, przeł. C. Znamierowski, Warszawa, s. 49–51.
- Ożóg K., 2001, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów.
- Ożóg K., 2002, *Ostatnie zmiany w polszczyźnie na tle tendencji kulturowych Zachodu* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków, s. 75–82.
- Pisarek W., 2003, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą* [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań.
- Puzynina J., 1992, *Język wartości*, Warszawa.
- Tokarski R., 1988, *Konotacja jako składnik treści słowa* [w:] *Konotacja*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 35–54.
- Warchał J., 2003, *Kategoria potoczności w języku*, Katowice.

Słowniki

- Doroszewski W. (red.), 1965, *Słownik języka polskiego*, t. 7, Warszawa.
- Dunaj B. (red.), 1996, *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa.
- Szymczak M. (red.), 1998, *Słownik języka polskiego*, t. 2, Warszawa.

FRIEND NEEDED RIGHT NOW. ON FRIENDSHIP AND PERSUASION IN CHILDREN'S MAGS

Summary

I analyse the ways the concept *friend* was understood in Children's Mags. Chosen texts published in magazines for children are distinguished due to of their target audience – children, that is an unequivalent 'partner' of a linguistic message. Press definitions of the lexeme *friend* show its colloquial meaning, related to culture through the influence of, first of all, family and school. Analysing the ways the lexeme *friend* is defined I took into consideration the traits used to describe this word. I highlighted the presented depictions

with semantic criteria because they all constitute the overall definition of the lexeme. Analyses of the collected materials has let me arrive at the following conclusions. Positive associations outweigh the negative ones in the reception of the friendship-related texts. The meaning of friendship is viewed as an activity in favour of a friend and for their welfare. Proper names, including first names, nick names as well as names of animals are employed to describe friends.