



Konceptualizacje KONIA a cel praktyczny internetowych apeli o darowizny na rzecz zwierząt

Conceptualizations of HORSE and the Practical Purpose of Online Appeals for Animal Donations

Abstract: This study examines appeals for animal donations posted on the Internet by the Centaurus Foundation. The linguistic strategies in these texts have a specific purpose, which is to collect the money needed to save the life of a particular living horse from slaughter. The research carried out examines closely both the genre of appeal and the most common strategies used by addressers to elicit the attention of prospective receivers and to convince them to make contributions. Essential for this type of analysis is the use of the linguistic world image methodology, which makes possible the study of conceptualizations of animals to which such texts are dedicated. The imaging that results from a specific point of view increases the illocutionary power of the message.

Key words: applied texts, human – animal relations, pragmatics, linguistic imaging of the world

Abstrakt: Przedmiotem analiz w opracowaniu są apele o darowizny na rzecz zwierząt, zamieszczane w Internecie przez Fundację Centaurus. Działania językowe w obrębie tych tekstów są podporządkowane określone mu celowi – zebraniu pieniędzy potrzebnych na uratowanie życia konkretnemu koniowi przeznaczonemu na rzeź. Przeprowadzone badania przybliżają zarówno wzorzec gatunkowy apelu, jak i najczęstsze strategie stosowane przez nadawców w celu zjednania adresatów i nakłonienia ich do dokonywania wpłat. Istotne dla tych analiz wydaje się wykorzystanie metodologii językowego obrazu świata, pozwalającej na przedstawienie konceptualizacji zwierząt, którym poświęcane są te teksty. Obrazowanie wynikające z określonego punktu widzenia wpływa na zwiększenie siły illokucyjnej przekazu.

Słowa kluczowe: teksty użytkowe, relacje człowiek – zwierzę, pragmalingwistyka, językowy obraz świata

W definiowaniu języka możliwe jest przyjęcie różnych założeń interpretacyjnych: gramatyczno-strukturalnego, semantyczno-kulturowego czy też pragmatycznego. To ostatnie polega przede wszystkim na precyzowaniu warunków skuteczności wypowiedzi, pozwalających na wskazanie sposobów, w jakich ludzie (użytkownicy języka) oddziałują w procesie komunikacji na siebie i otaczający świat. Opis tekstu jako wytworu języka winien więc obejmować analizę struktury wypowiedzenia oraz wykorzystanych w nim procedur semantycznych.

Wspomniane założenie stanowi w niniejszym opracowaniu podstawę analiz tekstów użytkowych funkcjonujących w różnych obszarach komunikacji. Tę grupę tekstów należy traktować jako intencjonalne działania językowe mające strukturalnie zamkniętą całość i odnoszące się do wybranych sfer życia codziennego. Elementem różnicującym wewnątrznie

jest przede wszystkim ściśle określony cel warunkujący kompleksowe i składowe czynności nadawcy w ramach określonych typów działań (SOBSTYL, 2017: 349)¹.

Teksty użytkowe są realizacją wzorca gatunkowego², którego charakterystykę należy oprzeć na ściśle powiązanych z sobą parametrach: strukturalnym, pragmatycznym, poznawczym i stylistycznym (WOJTAK, 2004: 51). W tym kontekście warto przyjrzeć się bliżej apelom o darowizny, zamieszczanym w Internecie przez Fundację Centaurus – jedną z organizacji *non profit* działających na rzecz zwierząt. Zakres tej aktywności jest dość szeroki, zarówno pod względem sposobów udzielanego wsparcia (np. ratowanie życia, leczenie, rehabilitacja, przygotowania do adopcji), jak i gatunków zwierząt, którym ta pomoc jest niesiona. Główny nacisk Fundacja kładzie jednak na akcje wykupywania koni przeznaczonych na rzeź oraz zapewnianie im potem dożywotniej opieki w Zwierzęcym Folwarku w Szczedrzykowicach. Wymienione działania, zwłaszcza te o charakterze długofalowym, wymagają środków finansowych, których zdobycie jest możliwe dzięki wsparciu osób prywatnych, firm czy instytucji. By sprostać wszystkim potrzebom, przedstawiciele Fundacji za pośrednictwem dostępnych form komunikacji internetowej kierują do odbiorców apele o przekazanie darowizny na konkretny cel, zgodny z działaniem statutowym organizacji.

Analiza wzorca gatunkowego tych apeli będzie stanowiła punkt wyjścia do szczegółowych rozważań, dotyczących nie tylko aspektów pragmatycznych próśb, lecz także sposobów obrazowania zwierząt. Ze względu na to, że obiektem zainteresowania badawczego są apele na rzecz ratowania koni, zamieszczane przez wspomnianą fundację, poczynionych tu spostrzeżeń nie należy traktować jako uogólniających i wyczerpujących zagadnienie. Niższe opracowanie przybliży bowiem tylko przykłady strategii działania za pośrednictwem tekstu, w założeniu jest więc traktowane jako przyczynek do szerszych analiz.

Materiał stanowiący podstawę badań obejmuje apele pochodzące z lat 2019–2020, zamieszczane przez Fundację Centaurus zarówno na własnej stronie internetowej www.centaurus.org.pl czy Facebooku, jak i na portalu www.ratujemyzwierzaki.pl. Należy przy tym zaznaczyć, iż w przypadku nawiązania komunikacji z adresatami i za ich zgodą organizacja podtrzymuje kontakt, przesyłając drogą e-mailową widniejące na jej stronie aktualne prośby o wsparcie. Celem analiz jest wskazanie, jak w badanych tekstach obrazowane są zwierzęta i w jaki sposób wyodrębnione konceptualizacje KONIA wpływają na siłę illokucyjną przekazu.

Analizowane apele o darowizny na rzecz zwierząt to teksty zorganizowane strukturalnie, zbudowane ze względnie stałych elementów charakterystycznych dla danego typu wypowiedzi. Nadawcy apeli reprezentują daną organizację i kierują przekazy do odbiorców (zainteresowanych poruszaną tematyką), często będących przedstawicielami grupy osób, które w miarę własnych możliwości i prawdopodobnie dość regularnie (m.in. dzięki skuteczności e-maili aktywizujących, za których pośrednictwem apele są wysyłane) wspierają finansowo działania Fundacji. Celem nadawców jest zachęcenie adresatów do dokonania wpłaty w dowolnej kwocie na rzecz konkretnego ratowanego zwierzęcia, tak by można było zbierać odpowiednią, wskazaną w tekście sumę.

¹ Por. także uwagi Marii Wojtak, według której teksty użytkowe można traktować jako zróżnicowaną grupę wypowiedzi okolicznościowych mających określone cele praktyczne (WOJTAK, 2019: 239).

² Za Wojtak gatunek traktuję jako abstrakcyjny twór, zbiór konwencji, „które podpowiadają członkom określonej wspólnoty komunikatywnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom” (WOJTAK, 2004: 30).

**NELKA
SPROWADZONA NA ŚWIAT,
BY TRAFIĆ NA STÓŁ AMATORÓW KONINY**



Krok za krokiem, noga za nogą, z komórki wychodzi Nelka. Chwilę mruży oczy, nim przyzwyczają się do tak rzadko widywanego przez nią słońca. Jej piękna, złotoruda sierść mieni się w ciepłym świetle. Kolejny skazaniec, o którego życiu i śmierci decyduje człowiek. Człowiek daje i zabiera. Nie wedle zasług czy przywiązania, ale wedle przydatności i możliwości zarabiania. To nie incydent, a proceder, z którym każdego dnia przychodzi nam się mierzyć.

My, ludzie, uprzywilejowany gatunek, możemy wszystko. Żywe, czujące zwierzęta sprowadziliśmy do roli przedmiotów użytkowych. I gdy stają się zbędne, z dnia na dzień tracą miejsce w naszym domu i życiu. Żyją, póki im na to pozwalamy. Później nie ma dla nich już nic.

Nelka ma tylko 2 lata. Nigdy nikomu nie była do szczęścia potrzebna. Sprowadzona na świat, by trafić na stół amatorów koniny, całe swoje życie spędziła w zamknięciu. Miała jeść i tyć, a nie ścigać się z wiatrem i innymi końmi.

To nie mięso, to jest Nelka. Koń skazany na rzeź. Nie dla ciebie, Nelko, rozległe padoki. Nie w twojej grzywie zatańczą promienie zimowego słońca. Nie dla ciebie za kilka miesięcy zakwitną soczyste łąki. Dla ciebie, Nelko, jest rzeźnicki nóż. Takie konie, jak ty, rodzą się z wyrokiem śmierci... Po to tu przyszedłeś, dziś musi dopełnić się twoje przeznaczenie. Już idzie po ciebie śmierć... Nelka to jeszcze dziecko. Może żyć. Ale czy ktokolwiek zechce pomóc? Czy kogoś wzruszy los tego skazanego na rzeź konia? Jeśli możesz, to pomóż go ratować.

Nelka jest duża i ciężka – potrzeba 8450 zł, by za nią zapłacić. Potrzeba też 1100 zł na transport. Potrzebne są też środki na odrobaczenie, szczepienie, kowala. Nelka będzie czekała na pomoc do końca stycznia. W Tobie jedyna dla niej nadzieja...

Za 4 dni mija termin, a brakuje jeszcze 2200 zł, by ją ocalić.

Jeśli możesz, dokonaj darowizny
z tytułem **NELKA** na konto
PKO BP 15 1020 5226 0000 6002 0220 0350
Fundacja Centaurus, ul. Wałbrzyska 6–8, 52-314 Wrocław

PAYPAL: kontakt@centaurus.org.pl
z tytułem NELKA
Zbiórka w serwisie www.ratujemyzwierzaki.pl
ZA KAŻDĄ POMOC BARDZO CI DZIĘKUJEMY!

Za gatunkowy wzorzec kanoniczny apeli o darowiznę na rzecz zwierząt można uznać podstawową strukturę:

kto kiedy prosi o darowiznę na rzecz kogo do kiedy + numer konta i tytuł wpłaty

W badanym materiale apele są najczęściej realizowane za pośrednictwem struktur alternacyjnych tworzonych przez dodanie do elementów obligatoryjnych wzorca kanonicznego między innymi nagłówków aktywizujących odbiorców do szybkiego działania. Przykładowo:

Kredka – czas do środy;

Alarm! Mamy 48 godzin, by ocalić Helenkę.

czy zwrotów o równie silnym nacechowaniu perswazyjnym, eksplicytnie wyrażających prośbę o ratunek dla konkretnego konia:

Bardzo prosimy, pomóż!;

Błagamy o pomoc dla staruszka Kajtka;

Prosimy, wesprzyjcie Kalinkę, dziś dla niej każda złotówka to szansa na życie.

Innym składnikiem struktur rozbudowanych są wprowadzenia tworzące ramę inicjalną przekazu, w których nadawcy wyrażają swój punkt widzenia na relacje *homo – animal*, negatywnie wartościując przy tym dość powszechną postawę opartą na antropocentryzmie widzenia świata, a wyrażającą się między innymi poprzez traktowanie zwierząt jak rzeczy. Przykładowo:

Jesteśmy uzurpatorami życia zwierząt. Ograbione z możliwości decydowania o sobie, mogą liczyć jedynie na ludzką empatię, która często jest towarem deficytowym. Żyją, gdy są potrzebne, gdy mogą się przydać. Z chwilą, gdy bardziej opłaca się zabić, jedną decyzją wysyłane są na rzeź. Nie znają dnia ani godziny. To człowiek pozwala żyć i to życie też odbiera...

Jak wspomniano wcześniej, intencją nadawcy jest przede wszystkim zebranie w określonym czasie (zwykle chodzi o bardzo krótki, kilkudniowy termin) konkretnej kwoty pie-

niędzy, która pozwoli na wykupienie danego konia od handlarza i umożliwi sfinansowanie kosztów transportu, na przykład:

Mamy tylko 48 godzin, by zebrać środki na odkupienie i transport Gucia (łącznie to 2000 zł);

Cena życia Gniadego to 5000 zł. Wpłaciliśmy już 2000 zł, musimy pilnie dopłacić resztę – termin mija jutro, 12 maja.

Jeśli zwierzę wymaga leczenia, nadawca również o tym wspomina, przy czym tu rama czasowa dotycząca dokonywania wpłat najczęściej nie jest doprecyzowana, na przykład:

Potrzebne są też środki na profilaktykę weterynaryjną, na kastrację, na kowala.

Ewentualna aktywizacja odbiorców w tym względzie jest dokonywana zwykle przez użycie typowego dla badanych tekstów przysłowka intensyfikującego:

Dla samej Malwy pilnie potrzebna jest diagnostyka, która powie, na ile i czy w ogóle jesteśmy w stanie poprawić komfort życia temu dzielnemu koniowi;

Ten zniszczony pracą dla człowieka koń pilnie potrzebuje opieki weterynarza. Potrzebuje leczenia, bo niewyobrażalnie cierpi. Z winy ludzi...

Kwestia illokucji jest ściśle związana z różnorodnymi środkami językowo-stylistycznymi, wykorzystywanymi do zjednywania adresata. W apelach pojawiają się więc nie tylko bezpośrednie (wspomniane wcześniej) zwroty eksplicytnie wyrażające prośbę:

Prosimy ze wszystkich sił o pomoc dla Barnaby;

Błagamy Was o pomoc dla staruszka. Jesteśmy dla niego jedyną szansą na ratunek.

Nadawcy, by wpłynąć na adresata i zachęcić go do wsparcia finansowego, dającego szansę na uratowanie zwierzęcia, wykorzystują także powtórzenia, na przykład:

Bronka prosi o pomoc. Bo Bronka idzie na rzeź. Tak, na rzeź;

Malwa zamysłona, skupiona na swoim losie nie liczy już na nic. Nie dla niej zielone pastwiska ani obszerne wybiegi. Nie dla niej bieganie po łące i ściganie się z wiatrem.

Stosowana leksyka w dużej mierze nacechowana (prymarnie lub wtórnie) wartościująco, oddziałuje na emocje adresatów, ponadto dzięki niej nadawca wyraża swoją perspektywę³

³ Według Jerzego Bartmińskiego *perspektywa* to spójny obraz różnorodnych, ale wzajemnie uzupełniających się ujęć obiektu; stanowi ją zespół cech struktury semantycznej słów. Rozpoznanie tych cech przez odbiorcę pozwala na określenie przyjętego przez podmiot punktu widzenia (BARTMIŃSKI, 2007b: 78).

obrazowania danego wycinka rzeczywistości. Tworząc przekaz w danej ramie sytuacyjnej, może więc założyć, iż odbiorcy będą reprezentować zbieżny system wartościowania i podobny punkt widzenia⁴, a to wzmacnia skuteczność oddziaływań perswazyjnych.

Renata Grzegorzczkova podkreśla, iż ocena tego, co jest pożądane, wymaga uwzględnienia subiektywności odczuć i woli, a funkcję tę w akcie komunikacji najczęściej pełni nadawca (GRZEGORZCZYKOWA, 2003: 263–266). Należy zaznaczyć, iż choć w badanym materiale dominujący treściowo obraz zwierzęcia (konia) jest przedstawiany właśnie przez nadawcę, to jednak można tu wyodrębnić konceptualizacje wynikające z trzech różnych (wpływających na wartościowanie obiektu) subiektywnych punktów widzenia:

- 1) samego nadawcy reprezentującego fundację ratującą konie przed śmiercią,
- 2) właściciela zwierzęcia, planującego jego sprzedaż,
- 3) osoby zajmującej się handlem końmi⁵.

Nadawca jako subiekt odczuwający reprezentuje – wyraźnie czytelny w analizowanych przekazach – pierwszy punkt widzenia. Dwa kolejne natomiast można wyekscerpować przede wszystkim na podstawie przedstawianej w tekście relacji ze spotkania lub rozmowy z właścicielem konia oraz potencjalnym kupcem. Należy przy tym zaznaczyć, iż te punkty widzenia w danej ramie sytuacyjnej nie są weryfikowalne i mają charakter subiektywnej kreacji dokonywanej w tekście przez nadawcę, kreacji opartej na reprezentowanym przez niego systemie wartości, odnoszonym do relacji *homo – animal*.

W badanym materiale konceptualizacje KONIA są wieloaspektowe i opierają się nie tylko na wspomnianych, dominujących punktach widzenia. Złożoność tego zagadnienia wymaga szerszych analiz, wykraczających poza ramy przyjęte w niniejszym opracowaniu, w związku z tym w dalszej części wyводу przybliżone zostaną jedynie te sposoby obrazowania, które można wyodrębnić na podstawie wyrażań tekstowych odnoszących się do najczęściej eksponowanych cech przypisywanych zwierzęciu.

Podstawę metodologiczną stanowi tu teoria metafor konceptualnych, dzięki której możliwe jest odtworzenie semantycznego podobieństwa obu tematów metafory (zgodnie z formułą „S jest P”), czyli relacji będącej podstawą spójności całego wyrażenia⁶. W odniesieniu do omawianej tu sytuacji komunikacyjnej już samo działanie polegające na zamieszczeniu apelu świadczy o tym, że dla nadawcy każde zwierzę jest DOBREM, a więc istotą wartościowaną pozytywnie. W takiej konceptualizacji dominuje aspekt etyczny⁷, w którym obrazuje się KONIA jako ISTOTĘ MAJĄCĄ PRAWO DO ŻYCIA, na przykład:

⁴ *Punkt widzenia* traktuję tu za Bartmińskim jako czynnik determinujący sposób widzenia, a tym samym mówienia o obiekcie, co narzuca niejako jego kategoryzację. Zależność ta ma podłoże nie tylko podmiotowe, ale i kulturowe. Należy zaznaczyć, iż punkt widzenia różnicuje znaczenia słowa i sposoby konceptualizacji (BARTMIŃSKI, 2007a: 82).

⁵ Zagadnienie szeroko rozumianego językowo-kulturowego obrazu KONIA w polszczyźnie stało się przedmiotem analiz w wielu opracowaniach. Por. m.in.: BARTMIŃSKI, 1980; ANUSIEWICZ, 1992; GARDZIŃSKA, 2016; SŁAWKOWA, 2016.

⁶ Szerzej na ten temat w pracach: LAKOFF, JOHNSON, 1988; TOKARSKI, 1988; 2013 i in.

⁷ *Aspekty* (inaczej *podkategorie* lub *fasety*) uznaję za Bartmińskim i Stanisławą Niebrzegowską za ramę subiektywnych operacji językowo-pojęciowych (*profilowania*), dokonywanych w celu kształtowania obrazu przedmiotu (BARTMIŃSKI, NIEBRZEGOWSKA, 1998: 212).

A przecież masz serce i one też mają. Masz oczy, jak i one. Masz słuch i one też słyszą. Masz mózg, one też go mają, więc czemu tak wiele osób odbiera im prawo do życia, traktując je jak rzecz? One myślą, czują, tęsknią, kochają. I chcą żyć. Tak samo jak my. Nawet wtedy, gdy są schorowane czy stare.

Dla nadawcy KOŃ to także ISTOTA, KTÓRĄ NALEŻY RATOWAĆ, gdyż w aspekcie etycznym każde życie stanowi wartość:

Mamy czas do 20 lutego, aby zebrać środki i zabrać Marynę z szeregu tych, które służą zawsze do końca, do ostatniego tchu. Niech jej ostatni oddech ma miejsce u nas, za kilka lat. Czy to coś zmieni? Dla wszystkich koni niewiele. Dla niej wszystko.

Przywołany tu przykład wskazuje na konceptualizację KONIA jako ISTOTY WARTOŚCIOWEJ także w aspekcie psychospołecznym. Nadawca wskazuje bowiem w wielu apelach na cechy wierności, oddania i pracowitości jako dominujące w charakterystykach tego zwierzęcia.

KOŃ z punktu widzenia nadawcy jest również konceptualizowany jako ISTOTA WYKORZYSTYWANA PRZEZ CZŁOWIEKA, na przykład:

Latami, gdy zarabiał, starczało na garść owsa i dach nad głową, gdy przyszła niedożywność i choroba, nawet na litość zabrakło miejsca. Bez skrupułów ktoś wysłał tego dziadka na rzeź.

Zwierzę obrazuje się więc jako OFIARĘ. Motyw skazania na śmierć przywoływany jest przy tym niemal w każdym apelu, na przykład:

Zmęczona, spracowana, w podzięce za lata służby u człowieka dostała wyrok.

Nadawca ze swojej perspektywy oglądu danego wycinka rzeczywistości przypisuje właścicielom koni zainteresowanych ich sprzedażą inny sposób konceptualizacji tych zwierząt. W analizowanych apelach kreowana jest dwubiegunowość wartościowania, ujęta w ramy aspektów użytkowych, materialnych i czasowych, w których KOŃ jest DOBREM dla właściciela, ale tylko do momentu, gdy przynosi mu zyski lub swoją pracą pokrywa koszty utrzymania. Z takiego punktu widzenia wysoko ceniona jest więc przydatność zwierzęcia w gospodarstwie, klubie jeździeckim, pozytywnie wartościuje się także jego płodność itp. Dopóki koń spełnia oczekiwania właściciela w tej mierze, dopóty zasługuje na opiekę i wart jest inwestycji. Ta konceptualizacja KONIA ulega przewartościowaniu w chwili, gdy zwierzę przestaje być użyteczne. Nieprzydatny ze względu na utratę sił, naturalny proces starzenia się, słabszą płodność czy choroby koń staje się bezwartościowy, a w związku z tym stanowi OBCIĄŻENIE dla właściciela. Przykładowo:

Nikt nie chce trzymać darmozjada, a już tym bardziej nikt nie chce takich zwierząt leczyć. Zużyte, wyeksploatowane do cna tracą prawo do życia;

Stary w naszym społeczeństwie to synonim słowa „zbędny”;

Po prostu stała się nagle bezużyteczna, gdy straciła wzrok. Z tego, co wiemy, pracowała w rekreacji pod dziećmi, a na ślepym koniu się nie jeździ.

Nadawca, przybliżając w apelach historie ratowanych koni, wyraźnie eksponuje antropocentryczną perspektywę relacji *homo – animal*, którą przypisuje właścicielom pozbywającym się swojej własności.

Człowiek w swojej nieograniczonej władzy podzielił zwierzęta na te godne opieki i te do zjedzenia. Ale gdzieś pomiędzy tymi kategoriami balansują konie. Jednego dnia kochane i zadbane, następnego tracą prawo do życia. Makary stanął u handlarza z tej samej przyczyny, z której trafiają tam wszystkie konie. Ktoś jedną decyzją odebrał mu prawo do życia.

W przytoczonym przykładzie władzę człowieka nad zwierzęciem uwydatnia połączenie wyrazowe *jedna decyzja*. Pojedynczość w tym wypadku wskazuje na autorytatywność działań, przy czym zestawiona z cechą powszechności, potwierdzoną wyrażeniem *wszystkie konie* jeszcze bardziej eksponuje właściwie nieograniczone możliwości człowieka w kwestii decydowania o losie zwierząt. Według nadawców decyzja podejmowana przez dotychczasowego właściciela jest skazywaniem konia na śmierć, o czym wielokrotnie wspomina się w tekstach próśb o darowiznę:

Stał się zbędny, więc dostał wyrok;

Jedną decyzją są wysyłane na rzeź;

Bo moment, w którym uznano Czesię za bezużyteczną, to moment, w którym stała się już tylko mięsem.

Zgodnie z perspektywą nadawczą taki sposób obrazowania przypisuje się nie tylko właścicielowi, lecz także osobie, która decyduje się na kupno zwierzęcia. Z punktu widzenia handlarzy KONŃ również jest DOBREM, ale w aspekcie materialnym⁸. Konceptualizacja obejmuje traktowanie zwierzęcia jako TOWARU, którego wartość przelicza się na kilogramy wagi, jest więc tylko MIĘSEM:

Handlarska waga wyceniła jego życie na 7100 zł;

Za Jagnę chce – wspaniałomyślnie... – tyle co rzeźnia. 880 kilo x 12 zł. To 10 560 zł. Specjalnie na tę rozmowę sprawdził, że kilogram koniny właśnie tyle kosztuje. Wszak jest człowiekiem biznesu, co podkreślił wielokrotnie.

Poczynione analizy pozwalają na wstępne wyodrębnienie kategorii składających się na różne (choć nie jedyne w badanym materiale) konceptualizacje KONIA w tekstach pełniących funkcję apeli o darowiznę na rzecz zwierząt. Można założyć, iż dla tych obrazów

⁸ Por. uwagi Joanny Tyki w artykule poświęconym sposobom prezentacji zwierząt sprzedawanych na targach konnych (ТУКА, 2016), w których obrazowanie KONIA jest ujęte z innej perspektywy.

wspólną wartością nadrzędną jest DOBRO, ale rozpatrywane w różnych aspektach, z różnych punktów widzenia i perspektyw, a to wpływa na odmienność konceptualizacji (tab. 1):

Tabela 1

Obrazowanie KONIA

Punkty widzenia	Konceptualizacje KONIA	
Punkt widzenia nadawcy apelu	zwierzę jako obiekt wartościowania	
	DOBRO w aspekcie etycznym WARTOŚĆ w aspekcie psychospołecznym ISTOTA, KTÓRA CZUJE ISTOTA, KTÓRA MA PRAWO DO ŻYCIA ISTOTA, KTÓRĄ NALEŻY URATOWAĆ OFIARA CZŁOWIEKA dominujące aspekty wartościowania: etyczny i psychospołeczny	
	cechy konia	
	wierność, pracowitość, oddanie człowiekowi	
Kreowany punkt widzenia właściciela	zwierzę jako obiekt wartościowania	
	DOBRO w aspekcie użyteczności WARTOŚĆ w aspekcie materialnym WŁASNOŚĆ ISTOTA, KTÓRA SWOJĄ PRACĄ PRZYNOŚI KORZYŚCI dominujące aspekty wartościowania: użyteczności i materialny	
	cechy konia	
	pożądane: pracowitość, siła fizyczna, płodność, zdrowie, posłuszeństwo	nieakceptowane: starość, choroba, utrata sił fizycznych, bezpłodność, kalectwo
Kreowany punkt widzenia handlarza	zwierzę jako obiekt wartościowania	
	DOBRO w aspekcie materialnym TOWAR MIĘSO dominujący aspekt wartościowania: materialny	
	cechy konia	
	pożądane: duża waga	niepożądane: niska waga

Źródło: Opracowanie własne.

Badane apele funkcjonują w przestrzeni internetowej jako przekazy wykorzystujące różnorodne strategie przyciągające uwagę odbiorców, ale też przekazujące określone idee i propagujące pewne wzorce zachowań. W opracowaniu przedstawiono tylko niewielki ich wycinek, niemniej jednak zasygnalizowana tutaj problematyka pozwala na dokonanie kilku spostrzeżeń.

W apelach o darowiznę na rzecz zwierząt, tworzonych przez osoby reprezentujące Fundację Centaurus wyraźnie widoczny jest cel działań językowych. Teksty te, dzięki możliwościom, jakie dają różnorodne formy komunikacji internetowej, mogą docierać do bardzo dużej grupy odbiorców, a to daje większe szanse na skuteczność wyrażanych prośb. Naj-

ważniejszym i najbardziej rozbudowanym elementem struktury apelu są charakterystyki ratowanych koni, na podstawie których możliwe jest przedstawienie obrazowania tych zwierząt z określonych punktów widzenia.

Wykorzystanie w badaniach pragmatyngwistycznych metodologii językowego obrazu świata pozwala na dogłębniejsze przedstawienie parametru poznawczego w omawianym typie tekstu użytkowego. Wydaje się to szczególnie przydatne w analizach dotyczących zarówno sposobów przedstawiania (konceptualizacji) obiektów stanowiących centrum zainteresowania nadawcy, jak i motywacji podejmowania działań językowych oraz – szerzej rzecz ujmując – tekstowych. Jak wspomniano na początku, wnioski wynikające z przeprowadzonych tu wstępnie rozważań warto zweryfikować, analizując prośby o wsparcie kierowane do odbiorców przez inne fundacje działające na rzecz zwierząt.

Źródła

<https://centaurus.org.pl>; data dostępu: 20–25.09.2020

<https://www.facebook.com/fundacijacentaurus>; data dostępu: 20–25.09.2020

<https://www.ratujemyzwierzaki.pl/centaurus>; data dostępu: 20–25.09.2020

Literatura

- ANUSIEWICZ J., 1992: *Koń – jaki jest – w języku polskim?* „Prace Filologiczne” XXXVII, s. 201–212.
- BARTMIŃSKI J., 1980: *Koń*. W: ADAMOWSKI J., BARTMIŃSKI J., HERNAS C.: *Słownik ludowych stereotypów językowych. Zeszyt próbny*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Wrocław, s. 119–144.
- BARTMIŃSKI J., 2007a: *Polska dola, rosyjska sud’ba*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Językowe podstawy obrazu świata*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 242–251.
- BARTMIŃSKI J., 2007b: *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Językowe podstawy obrazu świata*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 76–88.
- BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA S., 1998: *Profile a podmiotowa interpretacja świata*. W: BARTMIŃSKI J., TOKARSKI R., red.: *Profilowanie w języku i tekście*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 211–235.
- GARDZIŃSKA J., 2016: *KOŃ w polskiej antroponimii i toponimii*. W: SZYMONIK D., JASIŃSKA M., SIEPIĘTOWSKA J., ŻUKOWSKA I., red.: *Koń w języku, literaturze i kulturze*. Wydawnictwo IKR[i]BL. Siedlce, s. 13–26.
- GRZEGORCZYKOWA R., 2003: *Jeszcze w sprawie rozumienia dobra i dobroci*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Język w kręgu wartości. Studia semantyczne*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 261–272.
- LAKOFF G., JOHNSON M., 1988: *Metafory w naszym życiu*. KRZESZOWSKI T.P., tłum. Wydawnictwo PIW. Warszawa.
- SŁAWKOWA E., 2016: *Miejsce konia w szlachecko-chłopskim imaginarium: perspektywa językoznawcy*. W: SKORUPSKA-RACZYŃSKA E., RUTKOWSKA J., red.: *Koń w kulturach świata*. Wydawnictwo Naukowe Akademii im. Jakuba z Paradyża. Gorzów Wielkopolski, s. 149–160.

- SOBSTYL K., 2017: „*To jest Bond – nie James, ale szczeniak*”. *Internetowe ogłoszenia adopcyjne jako przykład tekstu użytkowego*. W: HOFMAN I., KEPA-FIGURA D., red.: *Współczesne media. Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak. Gatunki w mediach elektronicznych*. T. 2. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 349–358.
- TOKARSKI R., 1988: *Konotacja jako składnik słowa*. W: BARTMIŃSKI J., red. *Konotacja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin, s. 35–54.
- TOKARSKI R., 2013: *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.
- TYKA J., 2016: *Kup pan konia! Sposoby prezentacji konia w rozmowie handlowej na współczesnym targu końskim*. W: SZYMONIK D., JASIŃSKA M., SIEPIETOWSKA J., ŻUKOWSKA I., red.: *Koń w języku, literaturze i kulturze*. Wydawnictwo IKR[i]BL. Siedlce, s. 79–97.
- WOJTAK M., 2004: *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*. W: OSTASZEWSKA D., red.: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2: *Tekst a gatunek*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice, s. 29–39.
- WOJTAK M., 2019: *Wprowadzenie do genologii*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.

