

Alicja Gałczyńska

Instytut Dziennikarstwa i Informatyki, Uniwersytet Jana Kochanowskiego

Słowa kluczowe: obyczaje, grzeczność, porada

Key words: customs, politeness, advice

JAK SIĘ ZACHOWAĆ... PORADY W POLSKIEJ PRASIE KOBIECZEJ. ZARYS PROBLEMU

Definicja obyczaju. Demokratyzacja obyczajów

Życie w społeczeństwie podporządkowane jest wielu normom: prawnym, moralnym, religijnym i obyczajowym. Wszystkie one określają, jak należy/jak trzeba się zachować, żeby nie narazić się na różnego rodzaju sankcje. Konsekwencją nieprzestrzegania norm obyczajowych są sankcje o charakterze towarzyskim – może to być np. zerwanie kontaktu, ochłodzenie stosunków czy uznanie za osobę niewychowaną, nieumiejącą się zachować.

Uniwersalny słownik języka polskiego podaje, że obyczaj to „powszechnie przyjęty, umowny, najczęściej utwierdzony tradycją, sposób postępowania w danych okolicznościach, właściwy pewnej grupie ludzi, charakterystyczny dla danego okresu itp.”¹.

Przez obyczaj często rozumie się codzienność ujętą w normy społecznego współżycia, zawartą w zwyczajach, obrzędach i rytuałach, codzienność uświęconą tradycją i ludzkim doświadczeniem. Obyczaj obejmuje zatem zachowania ujęte w nakazy i pouczenia odnoszące się zarówno do życia prywatnego, jak i publicznego. Normy i wzory zachowań informują o tym, jak należy postępować w konkretnych sytuacjach życiowych, w domu własnym i cudzym, w urzędzie, wojsku, kościele, w organizacji i stowarzyszeniu. Informują, jak postępować wobec własnego i obcego państwa, w ogóle wobec swoich i obcych. Obyczaj obejmuje zachowania związane zarówno z wykonywaniem czynności gospodarczych, jak i związanych z życiem towarzyskim. Informuje o tym, jak należy się zachować przy stole, w miejscu pracy, podczas za-

¹ *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, Warszawa 2003, t. 3, s. 63.

bawy i wypoczynku. Obejmuje też zachowania związane z ubieraniem się i ozdabianiem, edukacją, prywatnością i intymnością, seksem i miłością, a nawet procesami fizjologicznymi².

Można więc powiedzieć, że to obyczaje regulują postępowanie człowieka w wielu (jeśli nie we wszystkich) sytuacjach życiowych.

Zmiany obyczajów towarzyszą każdej zmianie porządku społeczno-polityczno-ekonomicznego. Niektóre zdarzenia historyczne te zmiany jednak przyspieszają. W XX w. można wskazać trzy ważne dla społeczeństwa cezury – rok 1918, 1945 i 1989³. Wydarzenia polityczne tych lat zmieniły realia życia Polaków, a zmianom tym towarzyszyła demokratyzacja obyczajów.

Z demokratyzacją obyczajów łączy się następujące zjawiska: egalitaryzm grzesnościowy, dążenia emancypacyjne kobiet, indywidualizm w zachowaniach, znikanie autorytetów, ekonomiczność zachowań grzesnościowych oraz utylitaryzm grzesnościowy⁴.

Pytania badawcze. Kryteria doboru i charakterystyka materiału badawczego

Przewartościowywanie tradycyjnych norm, zmiana obyczajów zawsze rodzi pytanie: Jak się zachować? Gdzie szukać na nie odpowiedzi? W dzisiejszych czasach, gdy dostęp do informacji jest prawie niczym nieograniczony, a szybkość jej przekazywania większa niż kiedykolwiek, wydaje się, że nie powinno być z tym problemu. Wyszukiwarka Google na tak sformułowane pytanie znajdzie odpowiedź w niecałą minutę (54 sekundy) i będzie to około 2 mln 820 tys. wyników.

W tym artykule interesować mnie jednak będzie, jak na to pytanie odpowiada prasa skierowana do kobiet, ale prasa z założenia nieporadnikowa. Wezmę pod uwagę teksty zamieszczone w miesięczniku „Twój Styl” – w kolejnych jego numerach z roku 2016 i spróbuję odpowiedzieć na pytania: czy można je uznać za porady i dlaczego?, w jaki sposób doradzają?, czy magazyny luksusowe udzielają porad?

² *Obyczaje w Polsce. Od średniowiecza do czasów współczesnych*, red. A. Chwalba, Warszawa 2008, s. 15.

³ Zdaniem niektórych językoznawców i kulturoznawców kolejną cezurą stanowi przełom XX i XXI w. Głównie ze względu na zmiany statusu samego języka polskiego, który nie jest już językiem „samym dla siebie”, językiem dla Polaków w kraju i Polonusów za granicą, jest to jeden z języków Unii Europejskiej, język o statusie unijnego języka oficjalnego. Poza tym zupełnie inna staje się sytuacja mediów. Oprócz wolności słowa charakterystyczna jest dla nich walka o oglądalność i słuchalność (też chyba: „czytalność”), co powoduje zmiany w języku mediów (zwykle większą dosadność, brutalizację i agresywność wypowiedzi). Wszystko to w określony sposób wpływa na zmiany w obyczajach, obyczaje te kształtuje.

⁴ Por. M. Marcjanik, *Grzesność w komunikacji językowej*, Warszawa 2007, s. 26–34.

„Twój Styl” to, jak czytamy na stronie internetowej Bauer Media Group,

autorytet w sprawach kobiet. Jest magazynem, który swoją tematyką obejmuje najszersze spektrum zagadnień dotyczących życia współczesnej kobiety. Prezentuje portrety polskich i zagranicznych bohaterów w wywiadach i reportażach, zjawiska polityczne i społeczne, modę, urodę, podróże, kuchnię, wnętrza oraz psychologię i zdrowie. Jako magazyn luksusowy starannie dobiera swoich bohaterów oraz prezentowane w magazynie zjawiska, zawsze kierując się zasadą wiarygodności i elegancji. „Twój Styl” jest „obiektywem i oknem”, przez który czytelniczka może poznawać świat, zyskać wiedzę i informację, której ufa⁵.

Średni nakład tego magazynu luksusowego to 289 922 egzemplarze (marzec 2015 – luty 2016), czytane w 85% przez kobiety (w wieku 20–49 lat⁶). Miesięcznik znajduje się w pierwszej dziesiątce najchętniej czytanych magazynów w Polsce⁷.

Wydawca przeznaczają czasopismo dla

ambitnych, niezależnych, aspirujących kobiet, ceniących zarówno wiedzę i osobisty rozwój, jak i świat przyjemności i zabawy. Dla kobiet ciekawych zmian i trendów w otaczającym je świecie. Przede wszystkim jednak przywiązanych do uniwersalnych wartości: rodziny, miłości, przyjaźni oraz poszukujących w życiu harmonii⁸.

Dla kobiet nowoczesnych – niezależnych w poglądach i działaniu, które z pewnością wiedzą, jak się zachować. Wydawałoby się więc, że nie potrzebują porad.

Definicja porady

Uniwersalny słownik języka polskiego podaje (z kwalifikatorem *książkowe*), że porada to „udzielenie komuś wskazówki, rady; także: to, co się komuś zaleca jako środek na coś; rada”⁹, a – nieco starszy – *Słownik współczesnego języka polskiego*: „fachowa rada dotycząca jakiegoś problemu; też: udzielenie komuś rzeczowej, kompletnej rady dotyczącej rozwiązania jakiegoś trudnego problemu...”¹⁰. Warto przywołać tu też definicję (porady prasowej) Bolesława Garlickiego: „wyowiedź dziennikarza lub współpracującego z redakcją specjalisty opublikowana w prasie lub też przekazana w inny sposób czytelnikowi w celu udzielenia mu

⁵ <http://www.reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,1/mid,18/title,Twoj-Styl/> [dostęp: 29.11.2016].

⁶ Polskie Badanie Czytelnictwa (kwiecień 2015 – marzec 2016) realizowane przez firmę Millward Brown – por. <http://www.reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,1/mid,18/title,Twoj-Styl/> [dostęp: 29.11.2016]; http://www.wydawnictwo.bauer.pl/tytuly_rozw.html?id=17 [dostęp: 28.11.2016].

⁷ http://www.bauer.pl/c_article.php/cmkiid,2/pt,4/title,Wydawnictwo/ [dostęp: 28.11.2016].

⁸ <http://www.reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,1/mid,18/title,Twoj-Styl/> [dostęp: 29.11.2016].

⁹ *Uniwersalny słownik*, t. 3, s. 669.

¹⁰ *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996, s. 810.

rad i wskazówek związanych z jego potrzebami i zmierzających do ich zaspokojenia”¹¹.

Porada (także porada prasowa) jest więc niczym innym jak radą, czyli tym aktem mowy, który charakteryzuje potoczną polską obyczajowość – Polacy bardzo chętnie udzielają innym rad. Dzieje się tak zgodnie z opisaną przez Jolantę Antas zasadą polskiej grzeczności: „Udzielę ci rady, nawet jeśli o nią nie poprosisz, tzn. powiem ci, co powinieneś zrobić, myśleć i czuć”¹².

W miesięczniku „Twój Styl” znaleźć można wiele porad skierowanych do czytelniczek i odpowiadających na (niezadane *expressis verbis*) pytania dotyczące różnych aspektów życia współczesnej kobiety: zainteresowań, mody, urody, zdrowia, psychologii. Nie są one zwykle nazywane „poradami”, a dawane w nich wskazówki formułowane są najczęściej w sposób pośredni – to czytelnik (czytelniczka) musi je rozpoznać i zdecydować czy je zastosuje, czy nie. Nie ma w czasopiśmie osobnej rubryki zatytułowanej poradą/rady/wskazówki.

Strona internetowa poświęcona miesięcznikowi informuje, jakie treści zamieszczone są w każdym numerze: portrety ludzi, reportaże, felietony, sztuka życia, psychologia, moda, własne sesje, uroda i zdrowie, dom i wnętrze, kulinaria, finanse, motoryzacja, podróże, kultura¹³. Porad jako takich nie ma, ale tak naprawdę treści, które spełniają funkcję rady, mieszczą się prawie w każdym artykule.

Na zadane w tytule artykułu pytanie: Jak się zachować?, odpowiedzi szukać możemy np. w cyklu *Trening osobisty* oraz w nowej (ukazującej się dopiero od września 2016 r.) rubryce Macieja A. Brzozowskiego: *Mieć styl*.

Cykl *Trening osobisty*

Trening osobisty to cykl artykułów dotyczących różnych sfer życia współczesnej Polki, charakteryzujących się tym, że autorami ich są specjaliści – psychologowie, (modni dziś) trenerzy personalni – specjalistka terapii indywidualnej rodzin i par oraz specjalista ds. mediacji. Dlaczego trening? Zgodnie z definicją słownikową trening to: 1) „systematyczne wykonywanie, najczęściej pod kierunkiem trenera, odpowiednio dobranych, opracowanych ćwiczeń...” czy 2) „systematyczne wykonywanie i zwykle powtarzanie określonej lub określonych czynności w celu nabrania wprawy w czymś, opanowania i utrwalenia jakiejś umiejętności, zdolności; ćwiczenie”¹⁴.

¹¹ B. Garlicki, *Poradnictwo prasowe*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1978, nr 2, s. 27–28.

¹² J. Antas, *Polskie zasady grzeczności*, w: *Język a komunikacja 4. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia II”*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 348.

¹³ http://www.wydawnictwo.bauer.pl/tytuly_rozw.html?id=17 [dostęp: 29.11.2016].

¹⁴ *Uniwersalny słownik*, t. 4, s. 862.

Kolejne odcinki serii łączy, poza głównym tytułem i osobą eksperta, podobny sposób omawiania prezentowanego problemu – podobna struktura artykułu:

Tytuł dotyczący konkretnego problemu: *Kochankowie czy rywale* (1/2016), *Powrót do miłości* (4/2016), *Para na rozdrożu* (12/2016), *Krytyka nie boli* (10/2016) czy *Dziecko i śmierć* (3/2016), *Dobry i zły policjant* (6/2016) albo *Posłuchaj mnie* (8/2016), *Pomyśl o tym dziś* (10/2016).

Lead, w którym zazwyczaj pojawia się zasadnicze pytanie, na które odpowiedź znajdziemy w tekście artykułu czy problem, który w artykule będzie rozwiązany, np.: *...Złoty medal jest tylko jeden. Ale... ten, kto go zdobędzie w związku, niekoniecznie wygra. Bo lepiej jest postawić na współpracę niż na zwycięstwo. Jak pokonać rywalizację w małżeństwie...* (1/2016); *Jak zacząć i jak wytłumaczyć, że ktoś umarł* (3/2016); *...dobry rozmówca to wcale nie ten, który milczy. Co więc zrobić, by słuchać ze zrozumieniem, okazywać wsparcie, akceptację?* (8/2016); *Jak w takim razie powiedzieć partnerowi, że coś nam się w jego zachowaniu nie podoba?* (10/2016).

Zwykle w leadzie odnaleźć można informację mówiącą, kto odpowie na postawione pytanie, kto rozwiąże zarysowany problem: *radzi terapeutka* (1/2016; 6/2016), *doradza psychoterapeutka* (3/2016), *sekrety terapeutów zdradza ekspertka* (8/2016), *nasza ekspertka mówi...* (4/2016), *powie nasz ekspert* (9/2016). Ekspert/terapeutka/psychoterapeutka to specjaliści, czyli osoby, których chętniej człowiek słucha, którym szybciej uwierzy – zgodnie z obowiązującą w relacjach społecznych regułą mówiącą, że ludzie gotowi są wierzyć osobom, które uznają za autorytet¹⁵. Ekspert to ktoś, kto pozostając bezstronnym, obiektywnym, „ze względu na swój zawód, doświadczenie, specjalne umiejętności wpływa na ocenę informacji przez konsumenta”¹⁶.

Użyte czasowniki (*radzi, doradza*) sugerują często rodzaj tekstu – poradę.

Usiedli na kanapie. Każde odwrócone w inną stronę. Spojrzeli na siebie wilkiem. Bogna i Adam, oboje po trzydziestce, oboje handlowcy w dużym koncernie spożywczym. Ambitni. Rodzice pięcioletniego Jasia. Przyszli, bo od pół roku zastanawiali się nad rozwodem (6/2016). Zaczynamy od konkretnego przykładu – zwykli ludzie (tacy jak my), klienci psychoterapeuty mają konkretny problem (może taki jak nasz?).

Diagnoza problemu: współzawodnictwo liczy się dla nas bardziej niż miłość i partnerstwo, nie potrafimy słuchać itp. *Chcesz się dowiedzieć, czy ten problem i was dotyczy? Zrób test...*

Terapia – jak rozwiązać problem? Np.: *Krok 1: więcej marchewki, Krok 2: mów o sobie, Krok 3: w miejsce kija (komplementuj, wymieniaj się, nagradzaj, okazuj za-dowolenie, czasem... odpuść)* lub *Krok 1: poszukiwanie przyczyn, Krok 2: nowe role, Krok 3: walka poza domem, Krok 4: wspólna misja.*

¹⁵ Por. M. Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk 2006, s. 314–315.

¹⁶ A.M. Wiśniewska, K. Liczmańska, *Wykorzystanie postaci jako instrumentu perswazji w reklamie*, „Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy” 2011, nr 4, s. 145.

Happy end: *Pojawili się u mnie ponownie po pół roku. Zrezygnowali z rozwodu... (1/2016); Marta zrozumiała, że przysłowiowe ciosanie kołków na głowie męża nie przyniesie oczekiwanych rezultatów (10/2016)*. Przesłanie: jeśli im się udało, uda się i mnie.

Sądzę, że powyższy sposób prezentowania omawianego problemu jednoznacznie kwalifikuje wspomniane teksty jako porady. Wpisuje się on w poszczególne elementy znaczeniowe eksplikacji rady:

sądzę że chciałbyś wiedzieć co według mnie powinieneś robić
 mówię: myślę że powinieneś zrobić x
 sądzę że rozumiesz że mam poważne powody aby to powiedzieć
 myślę że na twoim miejscu (gdybym był tobą) zrobiłbym to
 mówię to ponieważ chcę spowodować żebyś wiedział co powinieneś robić
 wyobrażam sobie że przez powiedzenie tego będę mógł spowodować że to zrobisz
 myślę że będzie dobrą rzeczą jeżeli to zrobisz¹⁷.

W poszczególnych odcinkach cyklu pojawiają się konkretne porady, jak się zachować w codziennych sytuacjach życiowych w stosunku do osób bliskich (męża, partnera, dziecka). Jak rozmawiać, żeby rozwiązywać konflikty i nieporozumienia. Jakie umiejętności „trenować”.

Omawiane problemy są uniwersalne, mogą dotyczyć każdej (każdego) z nas. Dostajemy rady, wskazówki. Ale to od nas zależy, czy je wypróbujemy, czy zaufamy ekspertowi.

Cykl *Mieć styl*

Mieć styl, czyli mieć co? Styl to „sposób postępowania, zachowania się i myślenia, a także określone upodobania charakteryzujące jakąś osobę lub jakieś środowisko”¹⁸. Tytuł rubryki sugeruje więc jednoznacznie, że mówić się w niej będzie o sposobach zachowania, postępowania w różnych sytuacjach. Sam autor (dyrektor public relations Grupy Bauer Media, „autor książek z dziedziny *savoir-vivre*’u, prowadzi szkolenia z tej dziedziny i uważnie obserwuje zmieniające się obyczaje”¹⁹) podkreśla w pierwszym odcinku cyklu:

„**Nie, nie pouczam**, tylko podpowiadam, tłumaczę. I sam się uczę. Mam nadzieję, że **z Państwa pomocą** odświeżymy zasady, z którymi przyjdzie zetknąć się w pracy, w gościach albo w podróży. I ta wiedza nie pozwoli zblążyć się w dobrym towa-

¹⁷ A. Wierzbicka, *English Speech Act Verbs. A Semantic Dictionary*, Sydney 1987, s. 181 (tłumaczenie moje – A.G.).

¹⁸ *Uniwersalny słownik*, t. 4, s. 577.

¹⁹ <http://25lat.rmf.fm/tiki-index.php?page=Maciej+A.+Brzozowski> [dostęp: 29.11.2016].

rzystwie”, a wcześniej: „Chciałbym, żeby te moje opowieści, a raczej **dialog** z Państwem, nie przypominały lekcji, ale **wymianę doświadczeń**”²⁰.

Można powiedzieć – mistrzowska perswazja: nikt nie lubi, jak się go poucza („nie, nie pouczam”), ale jeśli nam ktoś coś podpowiada, tłumaczy, to my mamy decydujący głos, mamy wybór. Czujemy się też docenieni (i włączeni w przedsięwzięcie), potraktowani jako równorzędni partnerzy dialogu, poproszeni o pomoc: „Zanim zaproszę Państwa do pierwszej podróży, **proszę** o przysyłanie nie tylko pytań, ale i opisów niejasnych sytuacji, popełnionych gaf...”²¹.

Rubryka koncentruje się na tej części obyczajowości, którą nazywa się grzecznością, dobrym wychowaniem, *savoir-vivrem* – będą to więc porady grzecznościowe. „To po prostu zbiór porad gwarantujących wybrnięcie z każdej, nawet zagmatwanej sytuacji towarzyskiej albo służbowej”²². Jest tu więc już jednoznacznie wskazany gatunek – porada.

W pierwszym odcinku cyklu autor pisze o zachowaniu się w windzie czy przedziale kolejowym. Każdy człowiek był kiedyś w takiej sytuacji: wchodzi do windy i (ponieważ nie jest niewidzialny) mówi „dzień dobry”, a wychodząc „do widzenia”.

W numerze październikowym przeczytać można o „cmok nonsensie”, czyli całowaniu w rękę, a w grudniowym – o byciu grzecznym, uprzejmym: „Rada dla sceptycznych: spróbujcie być grzeczni. Zobaczycie, że uprzejmość kosztuje nas mniej niż agresja czy złość, a przynosi większe korzyści”²³.

W październiku, w odpowiedzi na prośbę autora, zaczęły pojawiać się listy od czytelniczek (nie jesteśmy w stanie orzec czy autentyczne). Kobiety piszą np.: „Kolega, z którym siedzę w pokoju, zastawił całe biurko zdjęciami żony i dzieci. Ostatnio wieszka je także na ścianach. Czy powinnam jakoś zareagować? Wanda z Grudziądza”²⁴ czy „Jak należy przechodzić do swojego miejsca w kinie czy teatrze? Przodem czy tyłem do siedzących? Blanka z Krakowa”²⁵. Autorki otrzymują odpowiedzi-porady. Ale są to wskazówki, które wykorzystać może każda z czytelniczek, ponieważ opisywane sytuacje są uniwersalne, zdarzyć mogą się każdemu.

Podsumowanie

Jeżeli redakcja takiego czasopisma jak „Twój Styl” ma aspiracje bycia „obiektywnym i oknem”, przez który czytelniczka może poznawać świat, zyskać wiedzę i informację, której ufa, to – wydaje się – musi zabierać głos także w sprawach oby-

²⁰ „Twój Styl” 2016, nr 9, s. 122.

²¹ *Ibidem*.

²² *Ibidem*.

²³ „Twój Styl” 2016, nr 12, s. 152.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ „Twój Styl” 2016, nr 10, s. 150.

czajowych, grzecznościowych. Jeśli adresatem magazynu są kobiety przywiązane do uniwersalnych wartości: rodziny, miłości, przyjaźni, poszukujące w życiu harmonii, to do nich właśnie kierowane są teksty (np. *Trening osobisty*), które mówią o wzajemnych relacjach, o sposobach radzenia sobie z problemami w związkach.

Artykuł ten jest tylko próbą zmierzenia się z problemem porad prasowych adresowanych do kobiet. „Twój Styl” to magazyn luksusowy, nie poradnik, ale wydaje mi się, że – chociaż zakamufłowane, pośrednie – to porady są w nim obecne niemal na każdej z dwustu kilkudziesięciu stron. Porady formułowane zwykle nie w sposób bezpośredni, ale – można powiedzieć – sprytniej, w sposób pośredni. Rady udzielane są niejako mimochodem, poprzez np. opowieści o problemach innych i sposobach, dzięki którym ci inni zdołali uporać się z tymi problemami.

Jak wiadomo, wypowiedzi formułowane w sposób pośredni są zwykle bardziej perswazyjne, odnoszą lepszy efekt.

Wspomniane tu teksty (przede wszystkim cykl *Trening osobisty*) pokazują, co Polakowi (a zwłaszcza Polce) wypada. „...wypada przede wszystkim okazywać szacunek dla partnera oraz przejawiać zainteresowanie sprawami dla niego ważnymi. Wypada zachowaniami werbalnymi i niewerbalnymi dawać partnerowi do zrozumienia, że jest dla nas osobą ważną”²⁶.

I tego uczą, to doradzają omówione teksty-porady. Ale można też chyba powiedzieć, że „Twój Styl”, podejmując ważne dla współczesnych kobiet tematy, pokazując jak rozwiązywać życiowe problemy, zachowuje się tak jak należy.

Bibliografia

- Antas J., *Polskie zasady grzeczności*, w: *Język a komunikacja 4. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia II”*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002.
- Garlicki B., *Poradnictwo prasowe*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1978, nr 2.
<http://25lat.rmf.fm/tiki-index.php?page=Maciej+A.+Brzozowski>.
http://www.bauer.pl/c_article.php/cmkid,2/pt,4/title,Wydawnictwo/.
<http://www.reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,1/mid,18/title,Twoj-Styl/>.
http://www.wydawnictwo.bauer.pl/tytuly_rozw.html?id=17.
- Marcjanik M., *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2007.
- Marcjanik M., *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej*, w: *Język a komunikacja 4. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia II”*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002.
- Obyczaje w Polsce. Od średniowiecza do czasów współczesnych*, red. A. Chwałba, Warszawa 2008.
- Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996.

²⁶ M. Marcjanik, *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej*, w: *Język a komunikacja 4*, s. 392.

- Tokarz M., *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk 2006.
- Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 3–4, red. S. Dubisz, Warszawa 2003.
- Wierzbicka A., *English Speech Act Verbs. A Semantic Dictionary*, Sydney 1987.
- Wiśniewska A.M., Liczmańska K., *Wykorzystanie postaci jako instrumentu perswazji w reklamie*, „Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy” 2011, nr 4.

Streszczenie

Artykuł próbuje odpowiedzieć na pytanie, czy magazyny luksusowe dla kobiet (np. „Twój Styl”) udzielają swym czytelniczkom porad.

Porada traktowana jest tutaj jako akt mowy, w którym ktoś (najczęściej ekspert w jakiejś dziedzinie) udziela drugiej osobie wskazówki dotyczącej rozwiązania jakiegoś problemu.

„Twój Styl”, czasopismo z założenia nieporadnikowe, podejmuje na swoich łamach tematy dotyczące różnych sfer życia współczesnej kobiety. I, wbrew pozorom, udziela porad. W artykule omówione zostały dwa cykle dotyczące obyczajowości (komunikacji z bliskimi: mężem, kochankiem, dzieckiem czy też zasad grzecznościowych). Analizuję *Trening osobisty* oraz nową (od września 2016 r.) rubrykę *Mieć styl*. Teksty tu zamieszczone w sposób pośredni udzielają porad, odpowiadają na (niezadane *expressis verbis*) pytania dotyczące spraw, które mogą być ważne dla każdej czytelniczki.

HOW TO BEHAVE... ADVICE IN THE POLISH PRESS FOR WOMEN: AN OUTLINE OF THE PROBLEM

Summary

This article attempts to answer the question whether luxurious magazines for women (e.g. “Twój Styl”) actually advise female readers.

Advice is understood here as a speech act in which someone (usually an expert in some field) gives another person clues regarding a solution to a given problem.

The magazine “Twój Styl” (Your Style) was not supposed to give any guidance but it raises issues concerning various aspects of modern women’s life. Contrary to appearances, it does give advice. In this article, I discuss two custom cycles (communication with the loved ones: husband, lover, child, and politeness rules). I analyze *Trening Osobisty* (Personal Training) and the new (since September 2016) column *Mieć Styl* (To Have Style). The texts published in the magazine give indirect advice and answers to the questions (not expressly asked) concerning issues which can be important to the female readership.