

Bożena Rejakowa

Instytut Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej UMCS w Lublinie

NAZWISKO PISARZA – REKLAMĄ JEGO OSOBY I KSIĄŻKI

Promotional aspects of the author's name

Abstract: The idiom of book reviews and promotional materials contains elements of various degrees of entrenchment, the reader is taught to decipher shorthand expressions and allusions, to understand messages that add variety to the text or that introduce valuation and shape the receivers' tastes. The article discusses the ways of linking the author's name with various spheres of life and literary work, with fashions and literary trends.

The function of press releases, i.e. publisher's reviews and book announcements, is not only to inform but also to persuade. In order to underscore the writer's and the editorial success, the author's name is used in the context of his or her pen name, popularity ranking, another author's name, literary genre and trend, writing style etc. The linguistic devices used in reviews (published in specialist and opinion-forming journals) or in book announcements (in popular journals and editorial catalogues) indicate how and why these texts become similar. The similarity results in the emergence of "discourse about books" as a distinct variety of journalistic style.

Do współczesnych tekstów kultury, z których zaczerpnęłam materiał do niniejszych rozważań, zaliczam prasowe recenzje o książkach opublikowane w czasopismach specjalistycznych („Magazyn Literacki. Książki”), recenzje z czasopism opinii („Polityka”, „Newsweek”), prasowe komunikaty reklamujące książki, charakterystyczne dla większości kolorowych pism („Glamour”, „Gala”, „Elle”) i katalogów wydawniczych („Klub dla Ciebie”, „Empik”).

W recenzjach i tekstach reklamujących książki (notkach wydawniczych) odbiorcę oswaja się ze środkami językowymi o różnym stopniu utrwalenia, przygotowuje do rozszyfrowania skrótów myślowych, aluzji, do odbioru przekazów urozmaicających wypowiedzi, wprowadzających wartościowanie, kształtujących gusta czytelnicze. W niniejszych rozważaniach, na przykładach komunikatów charakte-

rystycznych dla dyskursu o książkach¹ prześledzimy, jakimi sposobami i w jakim celu nazwisko pisarza łączy się z określonymi obszarami życia i twórczości literackiej, kojarzy z modami i trendami, z pojęciem „sukcesu”².

Od autora recenzji podpisanego nazwiskiem oczekuje się, że jest znawcą odpowiedzialnym za słowo, wykazującym się znajomością rzeczy, wystawiającym opinię z najgłębszego przekonania³. Z kolei wypowiedzi drukowane w katalogach wydawniczych i wielu kolorowych pismach są tekstami reklamującymi książki, w których wystawia się tylko pozytywne opinie o nowościach wydawniczych, przestrzega zasady, że towar ładnie „opakowany” powinien się dobrze sprzedać.

Siła i skuteczność oddziaływania na odbiorcę nie zależy wprost proporcjonalnie od liczby użytych w tekście słów. W dyskursie o książkach na omówienie każdej przeznacza się najczęściej od kilku do kilkunastu zdań, wprowadza środki językowo-stylistyczne, którymi kieruje się zachowaniem odbiorcy. Przyjrzyjmy się bliżej sposobom i celom łączenia nazwiska z różnymi obszarami życia i twórczości literackiej:

- **nazwisko pisarza a jego pseudonim artystyczny**

Znana postać, występująca pod przybranym nazwiskiem, bywa rozpoznawana przez odbiorców czytających jej książki lub czerpiących wiedzę z mediów. Jeżeli przypomina się o prawdziwym nazwisku pisarza, to czyni się tak głównie dla uatrakcyjnienia komunikatów o nowościach wydawniczych i pogłębienia wiedzy o nim, np.: *Nora Roberts jako J. D. Robb napisała 25 thrillerów* (MLK, 5/2009). Kiedy potencjalny czytelnik książki przeczyta, że: *Jacek Joachim to Zbigniew Kublikowski* (MLK, 12/2009), może tę informację przyjąć do wiadomości i odczuć z tego powodu satysfakcję, jeżeli ma wiedzę, kim jest lub był Zbigniew Kublikowski.

- **nazwisko pisarza a sukces wydawniczy**

Sukces pisarza unaocznia się, jeżeli jego nazwisko zostanie skojarzone z bardzo dużą, nieraz trudną do wyobrażenia, liczbą wydanych książek, por.: *Da-*

¹ Pojęcia „dyskurs” używam w rozumieniu Janiny Labochy (*Odbiorca w tekście i wypowiedzi*, [w:] *Styl i tekst*, red. J. Gajda, M. Bałowski, Opole 1996, s. 55–60) jako „normę oraz strategię zastosowaną w procesie tworzenia tekstu i wypowiedzi. Podstawą tej strategii są wzorce społeczne i kulturowe, składające się na tę normę, a jej efektem jest tekst lub wypowiedź o określonych cechach gatunkowych”.

² O sposobach obrazowania sukcesu w odniesieniu do pisarza pisałam w artykule (B. Rejakowa, *Obraz pisarza jako człowieka sukcesu*”, [w:] *Wartości i wartościowanie w badaniach nad językiem*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Chełm 2012, s. 153–161).

³ Urszula Wieczorek (w książce: *Wartościowanie. Perswazja. Język*, Księgarnia Akademicka Kraków, Kraków 1999, s. 112–113) zwraca uwagę na wiarygodną perswazję, którą cechuje jawność i przejrzystość komunikacyjna. „Chcemy słuchać tych, do których mamy zaufanie, a zaufanie mamy do tych, którzy są dla nas autorytetem”.

nielle Steel – pół miliarda książek sprzedanych w kilkudziesięciu krajach całego świata (KdC, 5/2010); *Stephie Mayer!* 5,5 miliona sprzedanych egzemplarzy! (KdC, 12/2010); *Frank Peretti „Przysięga”* – powieść sprzedana w ponad milionie egzemplarzy! (KdC, 12/2010); *Trylogia Millenium Stiega Larssona* – powieści, które zawładnęły umysłami 40 milionów czytelników! (KdC, 10/2008).

Kiedy orzeka się o sukcesie pisarza i jego dorobku, podejmuje się jednocześnie walkę o miejsce w pamięci odbiorcy – potencjalnego czytelnika. Na przykład każde trafiające na rynek księgarski dzieło Dana Browna jest kontynuacją jego sukcesu wydawniczego i osobistego, por. stwierdzenie: *głośna książka autora megabestsellera „Kod Leonarda da Vinci”* (KdC, 3/2010). Celom reklamowym służą wypowiedzi, którymi sugeruje się, że pisarz nadal sprzedaje i znacznie powiększa swój dorobek, przez co staje się rozpoznawalny w różnych zakątkach świata, por.: *Nora Roberts – od 25 lat co minutę 21 czytelników na całym świecie kupuje którąś z jej książek* (KdC, 7/2010); *Peter Robinson od dwudziestu lat z sukcesem wydaje swoje kryminały* (MLK, 9/2009); *Najchętniej czytana przez Europejczyków powieść 2008 Larssona* (KdC, 10/2008); *Aleksandra Marinina pisze książki niemal w tym samym tempie, w jakim my jesteśmy w stanie je czytać* (El, 4/2006).

Do nazwiska autora (żyjącego lub nieżyjącego), któremu udało się zaskarbić sympatię czytelników i sprzedać książki w bardzo dużych nakładach, dołącza się epitet pochwalny, np.: *Danielle Steel – literacki fenomen wszech czasów!* (KdC, 5/2010); *Stephie Meyer – kobieta, która zawładnęła wyobraźnią milionów* (KdC, 5/2010). Pisarza wyróżnia dotychczasowy dorobek i kolejna książka potwierdzająca jego aktywność pisarską, por.: *Rick Morfina ma w swoim dorobku literackim już jedenaście powieści* (MLK, 10/2010); *Peter Robinson od dwudziestu lat z sukcesem wydaje swoje kryminały* (MLK, 9/2009); *To ósmy kryminał rosyjskiej Agaty Christie* (MLK, 7/2010); *James Rollins, autor wypuszczający na rynek książki niemal z prędkością taśmy produkcyjnej czytadła* (MLK, 12/2010). Perswazyjność komunikatów ma nakłonić odbiorcę do samodzielnego wyciągania wniosków – skoro pisarz pisze dużo i od wielu lat, to zapewne jego książki ktoś kupuje i czyta, innymi słowy, są warte lektury. Udana ekranizacja rozślawia reżysera, pisarza i książkę, por.: *film nakręcony na podstawie książki otrzymał Grand Prix na festiwalu w Cannes, został też wybranym na włoskiego kandydata do nominacji na Oscara w kategorii filmów zagranicznych* (E, 7/2009). Pisarze, podobnie jak postaci show-biznesu, mają swoich: *fanów, miłośników, wielbicieli*, por. wypowiedzi: *Fani Cobena będą usatysfakcjonowani* (MLK, 7/2010); *wielbicielki pióra Atwood...* (Gl, 4/2008); *Ketchum pisze oszczędnie, a jego frazę pokochają zarówno wychowani na powieściach mistrzów czarnego kryminału, jak i wielbiele* *Bret Eastona Ellisa* (N, 48/2009). Odbiorca takich i im podobnych komunikatów

powinien rozważyć, z którą grupą czytelników mógłby się identyfikować. Popularność Aleksandry Marininy, okrzykniętej mianem rosyjska Agata Christie, daje powód do organizowania spotkań z polskimi zwolennikami, miłośnikami, fanami jej twórczości i do zaproszenia mediów, por.: *Do naszych księgarń trafiła nowa powieść Aleksandry Marininy „Czarna lista”, zaś sama autorka ma wkrótce zjawić się w Polsce* (P, 21/2010).

- **nazwisko pisarza a jego miejsce w rankingu popularności**

Po roku 1989, tj. po okresie przemian politycznych, gospodarczych i społecznych, w komunikatach prasowych (np. z zakresu polityki, mody itd.) o sukcesie zaczęto pisać ze zwróceniem uwagi na ranking popularności. Ten zwyczaj znajduje nadal odzwierciedlenie również w komunikatach o książkach, por.: *Tess Geritssen – nie ma sobie równych w swoim gatunku* (MLK, 1/2009); *Jackie Collins – nikt nie pisze o świecie amerykańskich gwiazd barwniej niż ona!* (KdC, 8/2010).

Wysokie (najwyższe) miejsce w rankingu otrzymuje twórca, któremu udało się napisać dzieło okrzyknięte mianem: *bestseller*, *bestseller nad bestsellerami*, *megabestseller*, *międzynarodowy (światowy) bestseller*, por. wypowiedzi: *Powieść Harrisona to murowany bestseller* (MLK, 2/2010); *Powieść Harrisona to bestseller nad bestsellerami!* (KdC, 8/2010); *Dan Brown „Zaginiony symbol” – głośna książka autora megabestsellera „Kod Leonarda da Vinci”* (KdC, 2/2011); *Dobbs ma na swoim koncie kilkanaście międzynarodowych bestsellerów, m.in. „Szpieg w Jalcie” oraz „Domek z kart”* (MLK, 8/2010).

O książkach, które uplasowały się wysoko względem innych, popularnych, dobrze się sprzedających, orzeka się podobnie jak o wydarzeniach w branży muzycznej, por.: określanie *hit sezonu* i wypowiedzi: *Książki Morrela od lat królują na listach bestsellerów, a wśród nich jest „Fałszywa tożsamość”, którą uznano za najwybitniejsze literackie dokonanie kanadyjskiego pisarza* (MLK, 8/2009); *Pierwsze miejsce na liście bestsellerów Rzeczypospolitej i w sercach czytelników – Trylogia o Mazurach i trudnych wyborach Małgorzaty Kalicińskiej* (KdC, 6/2009).

Wartościowanie odbywa się często przy użyciu przymiotników z przedrostkiem *naj-*, np.: *Danielle Steel i Nora Roberts to najpopularniejsze autorki świata* (KdC, 7/2010) lub innymi sposobami, hiperbolizującymi wypowiedź, np.: *Harlen Coben – światowej sławy autor kryminałów* (MLK, 11/2010); *Liza Marklund zdobyła światowy rozgłos dzięki serii kryminałów...* (E, 6/2010). O popularności pisarza decyduje jego rozpoznawalność w gronie osób czytających jego książki, jak również tych, które ich nie czytały, ale pisarza znają z mediów. Perswazyjne są komunikaty: *Kim jest Władysław Bartoszewski każdy wie* (P, 32/2009); *Małgorzaty Kalicińskiej nie trzeba nikomu przedstawiać. To autorka samych bestsellerów* (G, 12/2009).

- **nazwisko pisarza a epitet pochwalny**

Epitet pochwalny przysługuje pisarzowi, który uplasował się wysoko w rankingu popularności, przewyższył innych umiejętnością pisania, stał się twórcą nieodścignionym w określonej dziedzinie, wzorem do naśladowania. Oto przykłady: *Nora Roberts – królowa romansu* (KdC, 6/2009); *Nora Roberts – królowa literatury kobiecej* (KdC, 10/2010); *Jayne Ann Krentz – królowa romantycznego thrilleru* (KdC, 3/2010); *Aghata Christie – królowa kryminału* (KdC, 8/2010); *Mary Higgins Clark – pierwsza dama thrilleru!* (KdC, 6/2009); *Stephen King – mistrz grozy* (KdC, 6/2009); *Stephie Meyer – mistrzyni literatury młodzieżowej* (KdC, 3/2010); *Helen Tursten – mistrzyni szwedzkiej powieści* (KdC, 8/2010); *Philipp Gregory – mistrzyni powieści sensacyjno-historycznej* (KdC, 8/2010) itd. Poczytnego pisarza, podobnie jak sławnego artystę estrady, aktora filmowego, nazywa się gwiazdą, gwiazdorem, wschodzącą gwiazdą, por.: *Wiktor Pielewin – gwiazda europejskiej literatury* (N, 16/2007); *Jeffery Deaver – gwiazdor literatury rozrywkowej* (N, 6/2009); *Aravind Agida – wschodząca gwiazda literatury brytyjskiej* (P, 44/2009); *Nick Hornby i David Mitchell – to międzynarodowe literackie gwiazdy* (P, 13/2009).

Hiperbolizacji służy metonimia: *Ameryka czyta Steel* (G, 43–44/2005) i metafory potoczne, zaczerpnięte z języka sportu, por.: *Henning Mankell – szwedzki pisarz to absolutna ekstraklasa wśród twórców powieści kryminalnej* (N, 25/2007); *Wiktor Pielewin i Margaret Atwood – pierwszoligowi autorzy* (N, 41/2007).

- **nazwisko pisarza a skojarzone z nim nazwisko wybitnego twórcy**

Skojarzenie nazwisk dowartościowuje pisarza mniej znanego i jego twórczość, por.: *Jeffery Archer – nazwany przez Washington Post – Dumasem naszych czasów* (MLK, 10/2009); *Monika Szwaja, czyli polska Steel, wydała kolejną książkę* (G, 43–44/2005). Własną opinię o słuszności wyżej wymienionych stwierdzeń może sobie wyrobić każdy, kto dzieła tych autorów przeczytał.

- **nazwisko pisarza a informacja o wieku rozpoczęcia, kontynuowania lub zakończenia twórczości literackiej**

Na ogół do publicznej wiadomości nie przekazuje się informacji o wieku kobiet dojrzałych, ale w komunikatach o książkach tej zasady się nie przestrzega, zwłaszcza gdy piszący chce go wzbogacić o szczegółowe informacje z życia znanego twórcy, np.: *Aleksandra Marinina – ur. 1957* (P, 27/2009). Przyjmuje się, że popularnym może się stać: *mocno posunięty w latach autor* (MLK, 8/2010); *16-latka, która dołącza do grona mistrzów fantasy* (KdC, 6/2009). Zapewne nie tylko w kolorowym piśmie „Glamour”, adresowanym do młodych kobiet, reklamuje się książki pisarzy ze zwróceniem uwagi na ich młody wiek (np.: *29-letnia autorka; Jacek Dehnel jest młody (ma 28 lat)*). Zwykle w utworach

tych autorów zawiera się tematyka, która może być bliska zainteresowaniom projektowanej czytelniczki pisma „Glamour”.

Powodem podania daty zaprzestania pracy twórczej wybitnego pisarza bywa jego śmierć. Wypowiedź: *Stieg Larsson już nic, bowiem, nie napisze. Zmarł na atak serca, tuż po swoich 50 urodzinach, pięć lat temu* (MLK, 7/2009) pobudza do przemyśleń, czy nie warto zainwestować w kupno omawianej książki, bo nie wiadomo, kiedy pojawi się jej wznowienie.

- **nazwisko pisarza a gatunek (odmiana gatunkowa), trend literacki**

Mnogość utworów zaliczanych do modnych dziś gatunków, na przykład takich jak *thriller* czy *fantasy* wywołała potrzebę posługiwania się nazwami wprowadzającymi uszczegółowienie. Określeń: *thriller polityczny // political fiction, thriller szpiegowski // powieść szpiegowska, thriller historyczny, thriller spiskowy, thriller militarny, thriller prawniczy // sądowy, thriller medyczny, kryminał policyjny, thriller katastroficzny* itd. używa się jak terminów, za którymi kryją się nazwiska pisarzy uprawiających modną odmianę gatunkową. Wskazuje się na twórczość popularnych autorów *powieści kryminalnej, powieści detektywistycznej* itd. Wzmocnieniu wypowiedzi służą przymiotniki wartościujące, np.: *Jerzy Edigey – znany autor kryminału okresu PRL* (MLK, 7/2010); *Denis Lehan – wytrawny autor prozy sensacyjnej* (MLK, 4/2010); *Brian Haig – jego thrillery są zawsze wiarygodne* (MLK, 8/2009). Ranking popularności twórców thrillerów uwarunkowany jest panującą modą na określony gatunek i jego odmiany. O pisarce Tess Geritssen napisano, że: *według Harlena Cobena nie ma sobie równych w swoim gatunku* (MLK, 1/2009), por. również stwierdzenie: *tak pomysłowa fabuła mogła narodzić się tylko w umyśle genialnego Stephena Kinga!* (KdC, 4/2010).

- **nazwisko pisarza a nazwa kraju, z którego pisarz pochodzi lub w którym stał się popularny**

Tego rodzaju skojarzenia służą rozpoznawalności twórcy, porządkują wiedzę o gatunkach i ich odmianach, np.: *Jean Christophe Grange i Maxime Chattam. Obaj są Francuzami. Obaj piszą mroczne thrillery* (MLK, 4/2009).

Na polski rynek księgarski trafia niezliczona liczba przekładów, dlatego skojarzenie nazwiska pisarza z krajem pochodzenia może nie tylko porządkować wiedzę, ale również sugerować, że skoro omawiane dzieła zaakceptowano za granicą, zapewne spodobać się też polskiemu czytelnikowi. W tym celu wskazuje się na udane: *powieści kryminalne amerykańskiej pisarki Donny Leon...* (MLK, 8/2009); *kolejne książki królowej niemieckiej powieści kryminalnej – Charlotte Link* (E, 7/2009). Duża liczba przekładów na języki obce rozślawia pisarza, przynosi chlubę jemu i krajowi, z którego pochodzi, w którym mieszka, por.: *Aleksandra Marinina – najlepsza rosyjska autorka kryminałów* (P, 27/2010); *Carla Neggers jest dobrze znaną polskim czytelnikom* (MLK, 7/2009). Popularność

mrocznych kryminałów wpłynęła na wzrost przekładów i rozstawienie skandynawskich pisarzy. Kiedy informacja o miejscu pochodzenia może nie wystarczyć do rozreklamowania dzieła, wprowadza się wartościowanie, por.: *Arne Dahl – fantastyczny Szwed, piszący powieści kryminalne* (El, 19/2010); *Liza Marklund – popularna skandynawska pisarka* (E, 5/2010).

- **nazwisko pisarza a otrzymane przez niego nagrody**

Do rozreklamowania trafiającego na rynek księgarski dzieła i jego autora służą informacje o nagrodach, zwłaszcza prestiżowych, por.: *Kolejna powieść ubiegłorocznego noblisty – Orhana Pamuka – trafia do naszych księgarń* (N, 20/2007); *Harlan Coben – jedyny współczesny autor, który otrzymał trzy najważniejsze światowe nagrody dla powieści kryminalnej, w tym prestiżową Edgar Poe Award!* (KdC, 10/2008); *Oto powieść Jerzego Sosnowskiego – laureata Nagrody im. Kościelskich* (KdC, 10/2008).

- **nazwisko pisarza a wykonywane przez niego zajęcia, bezpośrednio niezwiązane z pisarstwem**

O popularności pisarza orzeka się w podobny sposób, jak o popularnym przedstawicielu show-biznesu, sportowcu: *Mistrz Coelho cały czas w najlepszej formie!* (KdC, 4/2010). Aby wzbudzić większe zainteresowanie nowym thrillerem, zwrócono uwagę na poprzednio wykonywany zawód autora. Skojarzenie z tematyką utworu czynić ma powieść wiarygodną. Czytamy: *autorka mroźących krew w żyłach thrillerów, Tess Gerritsen, 15 lat temu porzuciła pracę lekarki i...* (MLK, 1/2010). Do lektury thrilleru psychologicznego zachęca się: *Karin Fossum była pielęgniarką w szpitalu psychiatrycznym* (MLK, 6/2009), thrilleru prawniczego (sądowego): *Carofiglio był prokuratorem, który jako oskarżyciel brał m.in. udział w procesach przeciwko mafii* (MLK, 2/2009); *Hoseph Teller przez 35 lat był adwokatem zabójców, złodziei i dilerów narkotyków. Zmienił zawód na spokojniejszy – został pisarzem* (MLK, 8/2009). Podkreśleniu wiarygodności opisywanych zdarzeń w thrillerze politycznym i szpiegowskim służyć ma stwierdzenie: *Steve Berry pracował w Wojskowym Biurze Śledczym, potem jako agent Departamentu Sprawiedliwości* (MLK, 6/2010); *Brian Haig ukończył Akademię Wojskową West Point. Jego thrillery są zawsze wiarygodne* (MLK, 8/2009).

- **nazwisko pisarza a jego warsztat pisarski**

Poniższe komunikaty służą perswazji, zachęcaniu do lektury, przekonywaniu, że utwór ma niekwestionowane walory, a pisarz talent pisarski, por.: *Karin Slaughter perfekcyjnie łączy gatunki* (MLK, 9/2009); *Mo Hayder bez owijania w bawełnę opisuje morderstwa, tortury, okrucieństwa!* (E, 18/2010); *Debiutujący autor Josh Bazell połączył modne dziś wątki mafijne i medyczne* (N, 35/2009); *Kava z niezwykłą wprawą snuje gęstą sieć intryg* (MLK, 3/2010); *Krajewski mnoży opisy bestialstw* (P, 22/2010); *Powieść Connelly’ego jest jak zwykle dynamiczna*

i wartka, jakby była scenariuszem filmowym (MLK, 12/2009); *Nelson de Mille – jego prozy jak zwykle są krwiste* (G, 37/2007).

Potencjalnego czytelnika oswaja się z myślą, że o udanej twórczości można pisać przy użyciu metafor o różnym stopniu utrwalenia. Czytamy, że: *Chabon ma wyobraźnię i świetne pióro* (P, 24/2009) lub że: *dzieło spisano mistrzowskim piórem Brandysa* (KdC, 10/2008); *Grimes umiejętnie rozwija schemat powieści cozzy* (P, 33/2010); *Powieść Connelly’ego jest jak zwykle dynamiczna i wartka, jakby była scenariuszem filmowym* (MLK, 1/2010) itd.

Dla przekonania odbiorcy, że trafiający na rynek wydawniczy utwór jest dziełem udanym, a pisarz twórcą utalentowanym, sięga się po metafory, które zgodnie z podejściem kognitywnym są odzwierciedleniem metaforycznego, potocznego sposobu myślenia, doświadczenia rzeczywistości. Takie środki językowe służą urozmaiceniu wypowiedzi, wzmocnieniu ekspresywności wypowiedzi. W poniższych ekscerpcjach przywołam metafory pojęciowe, które według klasyfikacji Lakoffa i Johnsona uznaje się za strukturalne⁴, czyli takie, w których jedno pojęcie nadaje strukturę metaforyczną innemu pojęciu. W celu wyróżnienia umiejętności pisarskich, tzw. *warsztatu pisarskiego*, odbiorcy sugeruje się, że PISARZ TO ZRĘCZNY RZEMIEŚLNIK, a co za tym idzie, utalentowany PORTRECISTA por.: *Jean-Claude Izzo – z talentem portretuje wielokulturowy tygiel Marsylii* (N, 2/2007); RYSOWNIK: *Barbara Wood kreśli pełnokrwiste postacie kobiet, które przewyciężają pisany im los* (KdC, 4/2010); MALARZ: *Ryszard Przybylski – namalował głęboki i przejmujący portret duchowy Chopina* (N, 42/2009); TKACZ: *Piątek sensacyjną akcję przeplata zgrabnie* (P, 5/2007); *Auster znów stworzyła mistrzernie uplecioną opowieść* (G, 47/2004); BUDOWNICZY: *Judy Budnitz po mistrzowsku buduje nastrój grozy* (P, 16/2009); *Orbitowski jest sprawnym rzemieślnikiem, wie, jak budować frapującą fabułę* (P, 16/2009); KUCHARZ: *Foosum Karin – znakomicie zmiksowała to wszystko w swoich thrillerach* (MLK, 5/2009) itd.

Pisarza ceni się za dorobek, talent pisarski, pomysł, osobowość, sukces wieloraki. Aby przekonać odbiorcę, że warto zainteresować się książkami Nory Roberts, wskazano na jej nadzwyczajne cechy osobowościowe: *W życiu trudno o spełnienie marzenia, lecz Nora Roberts wie, jak je urzeczywistnić* (KdC, 4/2010).

Z materiału zaczerpniętego z podanych we wstępie źródeł i innych, których nie wymieniono wynika, że piszący o książkach – niezależnie od tego, czy są autorami recenzji zamieszczanych w czasopismach specjalistycznych i czasopismach opinii

⁴ George Lakoff i Mark Johnson w książce *Metafory w naszym życiu*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1988, s. 36–55 wyodrębnili trzy typy metafor pojęciowych: metafory orientacyjne, dla których domenę źródłową stanowią orientacje przestrzenne, metafory ontologiczne, polegające na rozumieniu zjawisk abstrakcyjnych pojmowanych w kategorii rzeczy i substancji, oraz metafory strukturalne, gdy jedno pojęcie nadaje strukturę metaforyczną innemu pojęciu.

lub autorami komunikatów reklamujących książki w kolorowych pismach i katalogach wydawniczych – korzystają z podobnych, a nawet identycznych środków językowych, którymi reklamują nazwisko pisarza i trafiający na rynek księgarski utwór. Cechą charakterystyczną gatunków publicystycznych jest to, że wyjaśniają rzeczywistość i poddają ją ocenie⁵. Wybór środków językowych i technik perswazji kształtuje wyobrażenie o istniejącym dyskursie o książkach jako rozpoznawalnym, wyróżniającym się na tle innych odmian stylu dziennikarskiego, cechującym się własnymi konwencjami językowymi.

Wykaz skrótów

E – „Empik”
El – „Elle”
G – „Gala”
Gl – „Glamour”
KdC – „Klub dla Ciebie”
MLK – „Magazyn Literacki. Książki”
N – „Newsweek”
P – „Polityka”

⁵ O tym bliżej zob. I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007, s. 16 i nn.