

Językowa promocja Ziemi Lubuskiej utrwalona w wybranych przewodnikach turystycznych i albumach

Z punktu widzenia marketingu i reklamy promocja (łac. *promotio, promovere* „poparcie, szerzenie, posuwanie naprzód”) to „marketingowe oddziaływanie na klientów i potencjalnych nabywców polegające na dostarczaniu informacji, argumentacji i obietnic, oraz na zachęcie skłaniającej do kupowania oferowanych produktów”¹; to inaczej „lansowanie marki”². Jej celem jest sprzedaż promowanego wyrobu, tj. faktyczny zakup owego artykułu przez odbiorców kampanii promocyjnej bądź też zwrócenie na niego ich uwagi. Termin „promocja językowa” oznacza natomiast „zachęcanie do nabycia konkretnego produktu, bądź też do zapoznania, zainteresowania nim adresatów promocji w sposób werbalny, za pomocą odpowiednio dobranych środków językowych”. Ten rodzaj promocji polega na stworzeniu atrakcyjnego wizerunku, głównie dodatnio nacechowanego językowego obrazu oferowanego towaru, opartego w dużej mierze na wartościowaniu, gdyż podstawowym zadaniem tekstu marketingowego jest powiadomienie odbiorcy o wartości przedmiotu promocji i wzbudzenie w nim chęci kupna owego wyrobu³. Spośród wielu różnorodnych językowych materiałów promocyjnych (slogany i hasła reklamowe, billboardy, ulotki reklamowe etc.) za specyficzny, najbardziej rozbudowany, wielowymiarowy i opisowy sposób promowania, lansowania konkretnego produktu, uznać można m.in. przewodniki turystyczne⁴.

¹ Zob. T. Sztucki, *Promocja: sztuka pozyskiwania nabywców*, Warszawa 1995, s. 17.

² Por. M. Zboralski, *Nazwy firm i produktów*, Warszawa 2000, s. 239.

³ Por. I. Kamińska-Szmaj, *Wartościowanie w tekstach reklamowych*, „Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego” 1997, t. 23, s. 113.

⁴ Por. U. Sokólska, *Obraz przestrzeni miejskiej w przewodnikach turystycznych po Białymstoku*, [w:] *Miasto 3 – przestrzeń zróżnicowana językowo, kulturowo i społecznie*, red. M. Świąćicka, Bydgoszcz 2011, s. 373.

Przewodnik turystyczny, czyli „książka zawierająca informacje o zabytkach, trasach turystycznych, noclegach oraz o historii, geografii itp. danego miasta, regionu, państwa”⁵ proponuje zwiedzającemu odwiedzenie (czyli „zakup”) konkretnego miejsca czy opisywanych obiektów, stanowi kompendium wiedzy o tychże miejscach i obiektach, jak również zachęca potencjalnego turystę do ich oglądania. Zadaniem bedekera jest ponadto ułatwienie pobytu wycieczkowiczom poprzez dostarczenie im praktycznych informacji⁶. Lektura tego rodzaju informatora, przybliżająca wiadomości na temat określonego miejsca jeszcze przed jego odwiedzeniem, może poprzedzać akt zwiedzania, nakłaniając czytelnika do przyjazdu. Może też współtworzyć czynność zwiedzania, np. podczas wizualnej percepcji⁷. Promocyjny charakter bedekera przedstawia pierwsza z wymienionych sytuacji czytelniczych, w której tekst, waloryzując i wartościując eksponowane treści, nastawiony jest na działanie perswazyjne.

Schemat tekstowo-konstrukcyjny przewodnika oparty jest przede wszystkim na deskrypcji w formie wyliczenia zarówno najważniejszych, jak i innych, równie interesujących ze względu na walory estetyczno-kulturowe, obiektów czy miejsc opisywanego terenu⁸. Prezentacja konkretnych punktów i zabytków wzbogacona jest o ich rys historyczny, informacje architektoniczne, wiadomości użytkowe (bazy noclegowe, godziny otwarcia etc.), a także różnego rodzaju ciekawostki dotyczące charakteryzowanych pozycji. Ważną funkcję w tekście bedekera pełni nadawca komunikatu, wcielający się w rolę eksperta, znawcy. Wskazuje on czytelnikowi godne uwagi miejsca czy budowle, przedstawia opisywaną rzeczywistość w taki sposób, by zainteresować i nakłonić turystę do odwiedzenia prezentowanego terenu⁹.

Za nieco inny gatunek użytkowy, swoistą odmianę przewodnika uznać należy „album”, czyli „obszerną, starannie wydaną książkę, zawierającą ilustracje, reprodukcje dzieł sztuki, fotografii itp.”¹⁰. Album to przede wszystkim pozycja wizualna, której podstawowy element konstrukcyjny stanowią zdjęcia określonego typu obiektów. Tego rodzaju informator nie jest jednak pozbawiony tekstu pisanego. Deskrypcyjny charakter posiadają „zwerbalizowane opisy fotografii”¹¹, a typowe,

⁵ *Słownik współczesnego języka polskiego*, t. 2, red. B. Dunaj, Warszawa 1998, s. 191.

⁶ Zob. D. Ostaszewska, *Przewodnik turystyczny: z badań nad modelem i jego przeobrażeniami*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 1: *Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2000, s. 75.

⁷ W. Podkidacz, *Aksjologizacja obrazu świata w tekstach przewodników turystycznych*, „Poradnik Językowy” 2004, z. 7, s. 45.

⁸ D. Ostaszewska, *op. cit.*, s. 81.

⁹ *Ibidem*, s. 79.

¹⁰ *Słownik współczesnego języka polskiego*, s. 9.

¹¹ Por. K. Węgorowska, *Językowe świadectwa wieloetniczności, wielowyznaniowości, wielokulturowości kresowych miast i miasteczek utrwalone w albumie „Kresy w fotografii*

choć w znacznie skróconej wersji, składniki schematu bedekera zawierać mogą części wstępne do albumu bądź do poszczególnych jego rozdziałów.

Tematem niniejszego szkicu jest promocja językowa Ziemi Lubuskiej, utrwalona w kilku wybranych przewodnikach turystycznych¹², w tym także w albumach prezentujących region, czyli charakterystyka występujących w owych tekstach lingwistycznych sposobów promowania terenu i miast wchodzących w skład obecnego województwa lubuskiego¹³. Materiał językowy wyekscerpowałam z siedmiu pozycji: *Zawsze ciekawi: wędrujemy po Ziemi Lubuskiej*, pod redakcją Wandy Janowskiej i innych¹⁴, *Niezwykłe i tajemnicze miejsca Ziemi Lubuskiej: osiem szlaków, dzięki którym można poznać nasz region*, praca zbiorowa dziennikarzy „Gazety Lubuskiej” pod redakcją Tomasza Czyżniewskiego¹⁵, *Perły przyrody lubuskiej*¹⁶ oraz *Ziemia Lubuska*¹⁷ autorstwa Konrada K. Czaplińskiego, *Zabytki północnej części województwa lubuskiego*, pod redakcją Jarosława Lewczuka i Błażeja Skazińskiego¹⁸, *Turystyka ornitologiczna w województwie lubuskim*, praca zbiorowa pod redakcją Pawła Czechowskiego, Marcina Bocheńskiego i Leszka Jerzaka¹⁹ oraz *Przyroda Doliny Odry: opowieść o rzece i środowisku przyrodniczym jej doliny* Haliny

Henryka Poddebskiego” (referat wygłoszony na konferencji „Miasto 4 – przestrzeń zróżnicowana językowo, kulturowo i społecznie. Wiele kultur i wiele języków”, Bydgoszcz, dnia 29.09–01.10.2011); w druku.

¹² Podobną tematyką zajmowały się m.in.: Aneta Lewińska, *Z Tczewa wszędzie blisko. Co i jak się dziś oswoja, promując miasto?*, [w:] *Miasto 3...*, s. 271–282; Eliza Tarary, *Obraz Bydgoszczy w tekstach przewodników turystycznych*, [w:] *Polszczyzna bydgoszczan. Historia i współczesność*, red. M. Świącicka, Bydgoszcz 2007, s. 219–232; Katarzyna Węgorowska, *Językowo-histeryczno-architektoniczne refleksje o Zielonym Moście utrwalone w wybranych przewodnikach po Wilnie*, [w:] *Studia kresowe*, red. K. Węgorowska, Zielona Góra–Warszawa 2010, s. 61–75; Katarzyna Wołoszyn, *Językowe obrazy Zamościa w świetle przewodników turystycznych i materiałów o charakterze promocyjnym*, [w:] *Miasto 3...*, s. 403–411; czy Urszula Sokólska, *op. cit.*

¹³ Warto dodać, iż pierwotnie toponimem Ziemia Lubuska określano tereny położone nad środkową Odrą. Po latach potocznie Ziemią Lubuską nazywano wszystkie tereny wchodzące w skład wcześniej województwa zielonogórskiego i obecnego lubuskiego.

¹⁴ *Zawsze ciekawi: wędrujemy po Ziemi Lubuskiej*, red. W. Janowska i in., Zielona Góra 2007.

¹⁵ *Niezwykłe i tajemnicze miejsca Ziemi Lubuskiej: osiem szlaków, dzięki którym można poznać nasz region*, red. T. Czyżniewski, Zielona Góra 2009.

¹⁶ K.K. Czapliński, *Perły przyrody lubuskiej*, Katowice 2000.

¹⁷ *Idem, Ziemia Lubuska*, Katowice 2001.

¹⁸ *Zabytki północnej części województwa lubuskiego*, red. J. Lewczuk, B. Skaziński, Gorzów Wielkopolski–Zielona Góra 2004.

¹⁹ *Turystyka ornitologiczna w województwie lubuskim*, red. P. Czechowski, M. Bocheński i L. Jerzak, Sulechów 2010.

Wojewódzkiej²⁰. Wybór wymienionych opracowań został podyktowany dwoma czynnikami. Istotne znaczenie miała data wydania przewodnika – wszystkie tytuły opublikowano po roku 2000. Ważna była również tematyka analizowanych tekstów zawierająca ogólną prezentację lubuskiej krainy. W najnowszej bibliografii regionalnej więcej uwagi poświęcono bowiem poszczególnym miastom bądź grupie zabytków, jak np. kościołom, obiektom militarnym etc., niż charakterystyce całego województwa bądź większej jego części.

Warto zauważyć, iż żadna z pozycji, stanowiących podstawę badawczą niniejszych rozważań, nie zawiera w tytule rzeczownika „przewodnik” (tudzież „album”). Są to bowiem „wędrówki”, „szlaki”, „perły”, „turystyka ornitologiczna” czy „opowieść” o przyrodzie i zabytkach, „niezwykłych miejscach” Ziemi Lubuskiej. Już pojawiające się w owych intytulacjach apelatywy stanowią element promocyjny, gdyż sugerują, iż odwiedzenie czy książkowe oprowadzanie po lubuskim regionie będzie czymś więcej niż tylko zwiedzaniem.

„Autorzy przewodników traktują swoje dzieła jako swoiste produkty użytkowe, produkty tworzone z rozmysłem, z ogromną dbałością o odpowiedni dobór słów pełniących funkcję ukierunkowanych aksjologicznie »stymulatorów«²¹. Językowa promocja Ziemi Lubuskiej w wybranych przez mnie bedekerach, w zależności od ich autorów oraz tematu i założeń opracowania, wyrażana jest w różnorodny sposób. Wspólnymi składnikami promocji językowej owych tekstów jest słownictwo wartościujące oraz zestawienia wyrazowe, zwracające uwagę odbiorców komunikatów i nakłaniające ich do zwiedzenia, obejrzenia lubuskich atrakcji. Oprócz tego rodzaju działań perswazyjnych²² w analizowanych publikacjach występuje także kilka innych werbalnych strategii promocyjnych, o których będzie mowa w dalszej części.

Jak zauważa Waldemar Podkidacz, treść przewodnika wskazuje na fenomeny świata materialnego, traktując je jako wartości, którymi są zarówno elementy przyrody i przestrzeni naturalnej (fauna i flora, wzgórze, rzeki etc.), jak i artefakty (miasto, zabytki architektoniczne itp.)²³. W analizowanych tekstach poświęconych Ziemi Lubuskiej odnotowano bardzo wiele tego rodzaju fenomenów – miejsc, budowli, obiektów przyrodniczych itd. Oprócz większych czy mniejszych miej-

²⁰ H. Wojewódzka, *Przyroda Doliny Odry: opowieść o rzecze i środowisku przyrodniczym jej doliny*, Nowa Sól 2003.

²¹ U. Sokólska, *op. cit.*, s. 380.

²² Urszula Sokólska zauważyła, iż zastosowane w przewodnikach środki językowe wykorzystują w różny sposób techniki zarówno perswazyjne, jak i manipulacyjne, a odzielenie od siebie obu tych technik nakłaniania, przekonywania nie jest rzeczą łatwą (por. U. Sokólska, *op. cit.*, s. 387).

²³ W. Podkidacz, *op. cit.*, s. 46.

scowości, stanowiących swoistą ramę wypowiedzi, takich jak: Zielona Góra, Gorzów Wielkopolski, Międzyrzecz, Słubice, Żagań, Żary, Kożuchów, Sulęcín, Strzelce Krajeńskie, Drezdenko, Babimost, Bytom Odrzański, Dobiegniew, Otyń, Zatonie, Ośno Lubuskie itd., bedekery owe charakteryzują również m.in. lubuskie parki krajobrazowe, rezerваты, pojedyncze pomniki przyrody, rzeki Odrę i Wartę etc. Przedmiotem prezentacji przewodników po Ziemi Lubuskiej są miejskie i wiejskie kompleksy zabytków, np. zielonogórskie kościoły, bytomskie kamienice, zespół pocysterski w Łagowie, dwór w Kiełpinie, boryszyńskie bunkry, Stare Miasto w Gorzowie Wielkopolskim oraz pojedyncze obiekty, m.in.: Lubuskie Muzeum Wojskowe w Drzonowie, Muzeum Tortur w Zielonej Górze, zlokalizowany w Gorzowie Krajowy Dom Ubogich, parowozownia w Wolsztynie, kościół filialny w Kolsku, gubińska fara, kamienice, młyny, krzyże pokutne etc. Spośród licznych perełek lubuskiej przyrody „reklamowanych” w omawianych pozycjach turystycznych wymienić można np.: liczący sobie 730 lat dąb szypułkowy nazwany Chrobrym, mająca osiem konarów sosna z okolic Sulechowa, Park Mużakowski czy nadodrzański świat roślin i zwierząt.

Wyróżnione w treści przewodników lubuskie atrybuty-wartości waloryzowane są za pomocą przymiotników i superlatyw: a) określających ich urodę, urok: atrakcyjny, bardzo piękny, malowniczy, najładniejszy, najwspanialszy, piękny, przepiękny, uroczy, urokliwy, urozmaicony, wspaniały, znakomity; b) akcentujących ich wartość: cenny, najcenniejszy, przebogaty, wartościowy; c) podkreślających wyjątkowość, niecodziennosc i fenomenalność owych obiektów: ciekawy, imponujący, interesujący, istotny, najokazalszy, najważniejszy, niepowtarzalny, niezwykły, okazały, pierwszorzędnny, szczególnie, unikalny, unikatowy, wyjątkowy. Uroda, wartościowość oraz wyjątkowość stanowią trzy główne kręgi tematyczne promocji językowej Ziemi Lubuskiej w charakteryzowanych informatorach turystycznych, a piękno i bogactwo tychże terenów jest niepodważalne i nie podlega wątpliwości, o czym świadczą konstrukcje z przysłówkiem „niewątpliwie”, tudzież z modulantami: „z pewnością” i „naprawdę”.

Lubuska kraina „zachwyca urodą jakich mało”. W treści przewodników jej urok wyrażany jest głównie za pomocą leksemów „piękny” oraz „wspaniały”, użytych często w stopniu najwyższym: „przepiękny”, „najwspanialszy”. Ziemia Lubuska ma „wiele pięknych zakątków, malowniczo wijących się ścieżek i malowniczo położonych miejscowości. Obfituje w piękne miejsca ze wspaniałym widokiem, urokliwe lasy i jeziora, przepiękną zieleń. Zwiedzającym oferuje niewątpliwie najbardziej atrakcyjne i najwspanialsze zabytki”, jak np. „nadzwyczajnej urody” enklawę w Międzyrzeczu czy „wspaniałą kopułę pancerną” boryszyńskiego bunkru nr 598. Atrakcyjność regionalnego krajobrazu świata materialnego i przyrodniczego uwydatniają również rzeczownik „chluba” oraz zestawienia wyrazowe, takie jak „dzieło sztuki”, „galeria sztuki”. Park Mużakowski to istne „dzieło sztuki”,

galerią sztuki jest żagańska świątynia, „chlubą Wolsztyna” natomiast znajdująca się w owym mieście parowozownia. Urodę Ziemi Lubuskiej podkreślają również metafory.

W analizowanych tekstach ciekawy sposób promocji językowej stanowią porównania miejscowości czy lokalnych artefaktów do innych pięknych i słynnych miejsc. „Odrzańskimi Pompejami” nazwano starówkę w Krośnie Odrzańskim, a rynek w tym mieście porównano z historyczną dzielnicą Krakowa, określając go „naszym małym Wawelem”. Ośno Lubuskie, dzięki średniowiecznym murom, zyskało natomiast miano „naszego małego Carcassonne”, francuskiego miasta o największym w Europie średniowiecznym kompleksie urbanistycznym.

Przewodniki promujące Ziemię Lubuską niejednokrotnie podkreślają wartość zarówno estetyczną, jak i kulturową całego regionu bądź jego pojedynczych elementów. Szczególnie często autorzy omawianych bedekerów, opisując wybrane miejsca i zabytki, charakteryzują je za pomocą słownictwa konotującego bogactwo materialne i używając nazw kamieni szlachetnych i minerałów: cacko, klejnot, perła, perełka, architektoniczne klejnoty, perły przyrody lubuskiej, perła Ziemi Lubuskiej. Ciekawym zestawieniem jest tutaj oksymoron „drewniana perełka” nazywający kościół w Kłępsku, wskazujący nie tylko na piękno i wartość owej budowli, ale akcentujący także jej niepowtarzalną, zachowaną konstrukcję. Rangę obiektów podkreślają także apelatywy: wartość, przebogaty, bogaty.

Przyroda lubuskiej krainy posiada szczególną wartość. To „przebogaty świat roślin”. Synonimem lokalnego „bogactwa flory i fauny” jest również rzeczownik „królestwo”. Okolice Krosna Odrzańskiego to „królestwo bocianów”. „Pszczelarzskie królestwo” znajduje się natomiast w Świdnicy. Na Ziemi Lubuskiej zlokalizowane są najcenniejsze zabytki – to „same cuda i cacka, bogato zdobione detalem z oryginalnymi ornamentami”. „Majętność” akcentuje również zmodyfikowany frazeologizm kraina mlekiem i miodem płynąca²⁴, w postaci kraina winem i miodem płynąca, nawiązujący do lubuskich winnic i pszczelarstwa. Opisywane i promowane tereny są tak bogate, iż „nie sposób wymienić” wszystkich ich najważniejszych atrybutów i wartości.

Bogactwa prezentowanego regionu dowodzą także liczebniki: jeden, kolejny oraz wiele. Wśród lubuskich atrakcji znajduje się bowiem „wiele pięknych zakątków”, „wiele rzadkich gatunków ptaków”, a także „jedne z najlepiej zachowanych” pamiątek architektonicznych. Werbalnym nośnikiem przyrodniczo-zabytkowej fortuny Ziemi Lubuskiej są ponadto przymiotniki: „następny” oraz „liczny”. Jak informują omawiane pozycje turystyczne, na terenie województwa znajdują się liczne jeziora i to tutaj, mimo wielu istniejących już parków narodowych i krajo-
brazowych, ma powstać następny tego typu rezerwat.

²⁴ *Słownik frazeologiczny PWN*, oprac. A. Kłosińska, Warszawa 2008, s. 226.

W omawianych przewodnikach turystycznych i albumach, oprócz podkreślania urody i majętności lubuskich terenów, najczęściej pojawiającą się strategią promocji językowej jest uwydatnianie wyjątkowości lokalnych fenomenów. Szczególną wartość posiadają te obiekty i miejsca, które stanowią osobliwość nie tylko w regionie, ale również w skali kraju, a nawet całego świata. Odwołując się do badań, autorzy bedekerów, zachwalając Ziemię Lubuską, informują czytelnika, iż Łuk Mużakowski to „jedna z najładniejszych na świecie form, odzwierciedlających zarys małego języka łądolodu [...] To największy na świecie wał w kształcie podkowy, widoczny nawet z kosmosu”²⁵. Faktem jest również to, że do „najwspanialszych zabytków sakralnych w Polsce” należy łągowski klasztor z przylegającym doń kościołem, a rosnący w okolicach Gubina wiąz szypułkowy jest „najstarszym w Polsce i prawdopodobnie również w Europie”. Bycie wyjątkowym, niespotykanym obrazują ponadto zestawienia wyrazowe i konstrukcje składniowe typu: „niepowtarzalny krajobraz”, „najokazalszy budynek”, „miejsca szczególne”, „nie taki zwykły”, „wyjątkowe okazy przyrody”, „uchodzić za najbardziej atrakcyjne”, „teren unikalny pod względem roślinnym”, „unikatowy rezydencjalny pomnik krajobrazowy”, „imponująca rezydencja”, „najpiękniejsze w regionie”, „unikalne walory środowiska”, „jedne z najpiękniejszych krajobrazów w Polsce”, „największa w województwie”, „stanowiąc rzadki przykład”, „pierwszorzędna architektura”, „najznakomitsze przykłady” etc.

Fenomenalność, osobliwość lubuskich „nadzwyczajnej urody” i „wartych zobaczenia miejsc” wyrażają także rzeczowniki: „rarytas” („coś rzadko spotykanego, wyjątkowego, o szczególnej wartości”²⁶), „osobliwość” („rzecz osobliwa, niezwykła, oryginalna”²⁷), czy „perełka” („coś rzadkiego, drobnego, szczególnie wartościowego, pięknego”²⁸) oraz przymiotniki: „jedyne”, „rzadki” i „bardzo rzadki”.

Uroku, wartości i wyjątkowości lubuskich fenomenów dodaje aura tajemniczości, otaczająca niektóre z regionalnych zakątków i zabytków, charakteryzowanych jako „miejsca tajemnicze” i „bajkowe cuda”, nierzadko „osnute magią, kryjące niespodzianki i wiele skarbów”. Autorzy prezentowanych bedekerów „budzą ciekawość” i „pobudzają wyobraźnię” czytelnika ciekawostkami i fragmentami legend o słynnych lubuskich duchach, jak np. o hałaśliwym duchu pijaka, straszącego w winiarni czy o pogrążonym w żalości nad stanem pałacu w Zatoniu duchu księżnej Doroty. Tajemniczość i swego rodzaju grozę wzbudzają ponadto „straszny szlak”, obejmujący Zielonogórskie Muzeum Tortur, czy znajdujący się już poza granicami kraju „gabinet grozy” Güntera von Hagensa, a także onomatopeja

²⁵ *Zawsze ciekawi...*, s. 95.

²⁶ *Słownik frazeologiczny...*, s. 225.

²⁷ *Ibidem*, s. 694.

²⁸ *Ibidem*, s. 29.

„uuu! uuu!” będąca wyrazem „zawodzenia” lubuskich zjaw. Dla miłośników historii ciekawostkę stanowi natomiast legenda o skarbie templariuszy, ukrytym podobno w Chwarszczanach.

Wydarzenia i postaci historyczne stanowią niewątpliwie ważny element promocyjny. Ziemia Lubuska może „szczyścić się bogatą historią”, „obiektami o niezwykłej historii”, jak np. zielonogórski kościół ewangelicko-augsburski będący „spadkobiercą luterańskiej reformacji”. W zatońskim pałacu nocowali m.in. Honoré de Balzac czy Victor Hugo, a budowę MRU (Międzyrzeckiego Rejonu Umocnionego) nadzorował Adolf Hitler. Przewodniki nie zapomnieli o miłośnikach sportu żużlowego, dla których ważnym punktem lubuskiej mapy jest Gorzów Wielkopolski – rodzinne miasto Edwarda Jancarza.

Zabytkowy krajobraz Ziemi Lubuskiej to „niezwykle romantyczny świat”, który przemawia do wyobraźni, ponieważ „wystarczy zamknąć oczy”, żeby zobaczyć dawne wydarzenia. Ponadto między wieżami w Witkowie „bez specjalnych scenografii można kręcić kolejne części kultowego filmu o Wiedźminie”²⁹.

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na promowanie lubuskich obiektów dawnej architektury zlokalizowanych na tych ziemiach aż „w zagęszczeniu”. Prócz wspomnianych wyżej określeń typu „cacko”, „klejnot”, „perełka”, owe pamiatki prezentowane są nie tylko jako „najokazalsze”, „cenne i bogato zdobione detalem”. Akcentowany jest również ich stan fizyczny, wygląd zewnętrzny, gdyż „przetrwały w niezakłóconym stanie”, „zachowały się do obecnych czasów”, „są idealnie zakonserwowane i bardzo dobrze utrzymane”. Opisywane w bedekerach artefakty opatrzone zostały komentarzami historycznymi i architektonicznymi, które uwzględniają m.in. datę powstania danej budowli, zamieszkujące je niegdyś osoby, styl architektoniczny, w jakim owe konstrukcje zbudowano etc. „Cechą wyróżniającą teksty przewodników turystycznych jest wyraźna aksjologizacja terminów z zakresu historii sztuki”, zauważa Podkidacz³⁰. Tendencja ta widoczna jest także w tekstach, stanowiących podstawę badawczą niniejszego szkicu. Promowane w przedstawianych publikacjach turystycznych lubuskie budynki to „okazałe, imponujące rozmiarami siedziby”, o „szczególnej wartości architektoniczno-przestrzennej”. Żarski kościół farny reprezentuje „przykład pierwszorzędnej architektury gotyckiej”, dworek w Rzepinie to natomiast „cenny relikw zabytkowej zabudowy klasycystycznej”, a otoczony parkiem zamek w Siedlisku „czuć nieco... antykiem”.

Jak już sygnalizowałam, ważny „chwyt” reklamowy lubuskich terenów stanowi tutejszy przebogaty świat roślin i zwierząt, będący „wielką wartością przyrodniczą i krajobrazową”, na którą składają się liczne kompleksy leśne, z obfitymi

²⁹ *Niezwykłe i tajemnicze miejsca Ziemi Lubuskiej...*, s. 192.

³⁰ W. Podkidacz, *op. cit.*, s. 48.

skupiskami owoców leśnych i grzybów, rozległe łąki, pola oraz wody, w których żyją „taakie ryby”. To „perły i osobliwe okazy”. To tutaj zimuje nocek Bechsteina, wymieniony w „Polskiej czerwonej księdze zwierząt”, traktującej o najbardziej zagrożonych gatunkach. Przewodniki po lubuskim z dumą akcentują, iż to właśnie w tym regionie występuje ponad 1800 pomników przyrody i aż 51 rezerwatów. W dorzeczu Odry „rosną niezwykle rzadkie rośliny”, jak np. paproć wodna, osoka aloesowa czy kotewka. Przyroda otaczająca lubuską krainę jest dzika i różnaita, gdyż „nie ma tu ani liczących się kopalni surowców, ani wiele fabryk [...]. Są za to rozległe puszcze”³¹. Promowaną atrakcją geograficzno-przyrodniczą jest urozmaicona rzeźba lubuskiego terenu. Występują tutaj zarówno niziny, jak i tereny o górskim ukształtowaniu, wpływające na różnorodność świata flory i fauny, można bowiem napotkać tu rośliny, których naturalne środowisko znajduje się gdzie indziej, jak np. górski dziewięciśń bezłodygowy. Tajemnicą jest „bogactwo jezior w północnej części regionu i ich brak w części południowej”. „Świat jest pełen pereł i perełek przyrodniczych wartych obejrzenia, ale przyroda Ziemi Lubuskiej należy do wyjątkowych w skali kraju, a nawet Europy”, podkreśla Leszek Jenek, autor przedmowy do albumu *Perły przyrody lubuskiej*³².

Nie tylko zabytki materialne czy urozmaicona przyroda stanowią temat promocyjny bedekerów po lubuskich terenach. „Specjalnościami Lubuskiego” są folklor Dąbrówki i Podmokła Wielkiego, a także wydarzenia kulturalne, jak zielonogórskie Winobranie – „jedyne takie święto plonów w Polsce”. Reklamowany lokalny atrybut symbolizuje również swojskość oraz oferowaną przez Ziemię Lubuską możliwość ucieczki od „zgiełku wielkich miast”, spokój bowiem można odnaleźć w tutejszych pięknych lasach, wdychając „aromat polnych kwiatów”. Działa tu coraz więcej przytulnych pensjonatów, zajazdów i hotelików, „stojących przy najważniejszych trasach”, ale także „z dala od skupisk”. W gospodarstwach agroturystycznych skosztować można „samych domowych posiłków”, przygotowanych ze świeżych, samodzielnie uprawianych owoców i warzyw. Będąc na Ziemi Lubuskiej „miło spędza się czas”, gdyż jest to „wymarzone miejsce na rekreację”, i, jak zapewniają autorzy omawianych bedekerów, oddycha się tutaj „czystym powietrzem” i „wszędzie jest czyściutko”.

Opracowania turystyczne, stanowiące podstawę badawczą niniejszych rozważań, zachwalają lubuską krainę, która „może się poszczycić wieloma niesamowitymi atrakcjami”, także za pomocą metafor z rzeczownikiem „raj”, np. „raj dla wędkarzy i amatorów sportów wodnych”, „raj dla miłośników ptaków”. Ziemia Lubuska ma „wielki potencjał”, to tu można mieć szansę na doświadczenie wielu przyjemności. Region ów „ujmuje tak głęboko, że kto raz zobaczy, będzie chciał tu wrócić”.

³¹ K.K. Czaplński, *Ziemia Lubuska*, s. 121.

³² *Idem*, *Perły przyrody lubuskiej*, s. 5.

Ziemia Lubuska promowana jest również za pomocą konstrukcji składniowych o funkcji nakłaniającej, apelujących do postaw odbiorcy, wyzwalających chęć utożsamiania się z innymi, zobaczenia tego, co zwykle oglądają turyści, bądź zauważenia tego, czego inni zazwyczaj nie dostrzegają, uwzględniając indywidualne zainteresowania, upodobania czytelnika³³, np. „przyciągać turystów”, „największa liczba zwiedzających”, „miejsce, do którego tłumnie przyjeżdżają turyści”, „miejsce, którego żaden szanujący się turysta nie może ominąć”. Uwagę odbiorcy tekstu bedekera zwracają kompozycje z przysłówkiem „warto”, np. „warto wybrać się”, „naprawdę warto tu przyjechać”, „warto spojrzeć na” oraz zestawienia typu: „wyróżnić się”, „budzić ciekawość”, „budzić szczególne zainteresowanie”, „do szczególnie interesujących należą” etc. Charakter zachęty i przynaglenia wykazują także dyrektywy: „zobacz” i „polecamy”³⁴ oraz formuły typu: „kto lubi coś, ten powinien się wybrać”, np. „A kto lubi widok pofałdowanych krajobrazów, aromat polnych kwiatów, poznawanie bohaterów minionych czasów, powinien wybrać się na Pojezierze Łagowskie [...]”³⁵.

W omawianych bedekerach, oprócz przedstawionych strategii wartościowania lubuskiej krainy, element werbalnej promocji stanowią różnego rodzaju informacje użytkowe: adresy pensjonatów, godziny otwarcia muzeów, numery telefonów kontaktowych, swoiste książkowe drogowskazy w postaci sformułowań: „znajdujący się w okolicach” czy kierunkowskazów: „Do pałacu”, „Nad jezioro”, wskazujących na położenie danego obiektu. Pojawiają się tu także ciekawostki kulturalno-historyczne, notatki odnotowujące ważne punkty czy przekazujące istotne informacje, zatytułowane: *Co warto zobaczyć*, wykrzykniki: „Uwaga”, „Stop”. Przydatne są również *Słowniczki*, wyjaśniające m.in. terminy militarne czy pojęcia z architektury, zamieszczone na końcu przewodników bądź na marginesie tekstu głównego. Werbalną reklamę Ziemi Lubuskiej na skalę światową ułatwiają opisy w języku angielskim, niemieckim i rosyjskim, a także łacińskie nazwy gatunków roślin i zwierząt, zamieszczone w opracowaniach Czaplińskiego.

W promocji regionu ważną strategią jest także podkreślanie dostępności prezentowanych atrakcji, które „nie trudno jest znaleźć”. Służą temu zamieszczone w przewodnikach mapki z legendami i zdjęcia, ale także zapewnienia z przysłówkiem „blisko”, „bardzo blisko”, „oswajające” czytelnika przewodników z Ziemią Lubuską³⁶.

³³ Por. B. Witosz, *Opis w prozie narracyjnej na tle innych odmian deskrypcji: zagadnienia struktury tekstu*, Katowice 1997, s. 117.

³⁴ Por. K. Wołoszyn, *op. cit.*, s. 408.

³⁵ K.K. Czapliński, *Ziemia Lubuska*, s. 121.

³⁶ Przysłówek „blisko” pełni także funkcję wartościującą, kategoria bliskości ma bowiem zakorzenioną w ludzkiej świadomości pozytywną konotację aksjologiczną (zob. A. Lewińska, *op. cit.*, s. 272–273).

Językowa promocja Ziemi Lubuskiej, utrwalona w siedmiu wybranych przeze mnie bedekerach, polega na akcentowaniu piękna, wartości i wyjątkowości lubuskich zabytków oraz lokalnego świata przyrody za pomocą wielu różnych środków leksykalnych i stylistycznych. Stworzenie atrakcyjnego obrazu, zachęcenie czytelnika, turysty do odwiedzenia prezentowanych w omówionych tekstach miejsc, zasadza się głównie na wartościowaniu opisywanych artefaktów i fenomenów. Werbalny nośnik waloryzacji stanowią m.in. przymiotniki i superlatywy, takie jak: atrakcyjny, ciekawy, cenny, imponujący, interesujący, niezwykły, pierwszorzędny, piękny, przebogaty, unikalny, unikatowy, uroczy, urokliwy, wartościowy, wspaniały, wyjątkowy, znakomity etc., odnoszące się do trzech podstawowych atrybutów lubuskiej krainy: jej urody, wartości oraz osobliwości. Wymienione apelatwy występują w wielu różnych kombinacjach leksykalnych, np. „najwspanialsze zabytki”, „wspaniała kopuła”, „wiele pięknych zakątków”, „przepiękna zieleń”, „urokliwe lasy i jeziora”, „przebogaty świat roślin i zwierząt”, „szczególna wartość”, „najcenniejsze zabytki”, „wyjątkowe okazy”, „niepowtarzalny krajobraz”, „unikalne walory środowiska”, „imponująca rezydencja”, „unikatowy rezydencjalny pomnik krajobrazowy” itp. Ponadto atrakcyjność Ziemi Lubuskiej wyrażają zestawienia wyrazowe: „zachwycać urodą jakich mało”, „nadzwyczajna uroda”. Wartość prezentowanego obszaru podkreślają leksemy konotujące bogactwo materialne, jak nazwy kamieni szlachetnych: „klejnot”, „perła”, „perełka”, rzeczowniki „bogactwo”, „królestwo”, nazywające poszczególne obiekty bądź miejsca. Leksemy „rarytas” czy „osobliwość” akcentują natomiast lubuską wyjątkowość.

Ciekawym sposobem promocji językowej są pojawiające się w scharakteryzowanych przewodnikach i albumach metafory i związki frazeologiczne: „dzieło sztuki”, „galeria sztuki” nazywające kolejno park i świątynię czy „kraina winem i miodem płynąca”, „raj dla wędkarzy”, „perły przyrody” itd. Interesujące są również metafory: „nasz mały Wawel”, „Odrzańskie Pompeje”, „nasze małe Carcassonne”, wyrażające atrakcyjność architektoniczną Krosna Odrzańskiego i Osna Lubuskiego.

Występujące w omówionych bedekerach liczebniki „jeden”, „kolejny”, „wiele” oraz przymiotniki „liczny”, „następny”, „rzadki”, z jednej strony podkreślają wyjątkowość Ziemi Lubuskiej, z drugiej zaś – akcentują jej przyrodniczo-architektoniczną fortunę, występowanie bogactw tak licznych, iż nie sposób ich wszystkich wymienić. Werbalny chwyt reklamowy stanowią ponadto apelatwy i zestawienia wyrazowe konotujące lubuską fenomenalność w skali kraju oraz świata, typu: „widoczny nawet z kosmosu”, „jedna z najładniejszych na świecie”, „najstarszy w Polsce i prawdopodobnie również w Europie”, „najwspanialszy w Polsce”, a także przytoczone przez autorów przewodników fakty, jak m.in. informacje o rzadkich gatunkach roślin i zwierząt, występujących na tych terenach.

Nośnikiem językowej promocji Ziemi Lubuskiej są również apelatywy oraz kompozycje leksykalne, konotujące tajemniczość, niezwykłość, ale też elementy grozy opisywanych lokalnych atrybutów, np. „tajemnicze miejsca”, „kryć niespodzianki”, „kryć skarby”, „cuda”, „magia”, „gabinet grozy” czy onomatopeja „uuu! uuu!”.

Czytelnik przewodników po regionie lubuskim jest zachęcany, wręcz nakłaniany do jego odwiedzenia za pomocą: a) konstrukcji z przysłówkiem „warto”, np.: „naprawdę warto tu przyjechać”, „warto spojrzeć”, „warto się wybrać” etc.; b) form czasownikowych: „zobacz”, „polecamy”; c) a także formuł mających na celu wywołanie odpowiednich postaw i zachowań u odbiorcy informatora – „szanującego się turysty”, np. „miejsce, do którego tłumnie przyjeżdżają turyści”, „przyciągać turystów”, „największa liczba zwiedzających” itp. Perswazyjno-reklamowy charakter mają ponadto przysłówki „blisko” oraz zestawienie „nie trudno znaleźć”, zwracające uwagę potencjalnego wycieczkowicza na dostępność prezentowanych w przewodnikach lubuskich atrakcji. Podobną funkcję pełni leksyka z pola semantycznego swojskości i relaksu: „z dala od skupisk”, „odnaleźć spokój”, „domowe posiłki”, „wymarzone miejsce na rekreację”.

Promocja językowa Ziemi Lubuskiej to również podkreślanie estetyki, gdyż „wszędzie czyściutko”, a tutejsze budowle są: „najlepiej zachowane”, „przetrwały w niezakłóconym stanie”, a także akcentowanie naturalności: „czyste powietrze”, „dzika przyroda”.

Ziemia Lubuska to „niewątpliwie szczególnie, ujmujący głęboko” region, obfitujący w „przebogaty świat roślin i zwierząt”, mający „liczne perły i perełki”, zarówno przyrodnicze, jak i architektoniczne. „Specjalności Lubuskiego” jest wiele i każdy może coś wybrać dla siebie. Amatorzy historii mogą podziwiać „najwspanialsze zabytki”, „relikty i rarytasy o niezwykłej historii”, odwiedzać muzea i stare budowle. Koneserzy sztuki i architektury powinni wybrać się do żagańskiej świątyni, będącej istnym „cackiem, dziełem sztuki”, tudzież do zamku w Siedlisku, który „czuć nieco... antykiem”. Dla miłośników militariów atrakcją stanowi m.in. Międzyrzecki Rejon Umocniony. Poszukiwaczom przygód Ziemia Lubuska oferuje spotkania z duchami, „wędrowkę szlakiem grozy” czy rozwiązywanie tajemnic, natomiast dla amatorów sportów wodnych oraz dla wędkarzy tutejsze jeziora to prawdziwy raj, gdyż można w nich złowić aż „taaką rybę”. Ludzi kochający przyrodę przyciąga różnorodność oraz bogactwo gatunków lubuskiej fauny i flory. Każdy, kto pragnie uciec od zgiełku, odpocząć, miło spędzić czas, skosztować domowych i zdrowych potraw, powinien tu przyjechać.

Warto jeszcze wspomnieć o innych, pozawerbalnych składnikach reklamujących lubuską krainę, zamieszczonych w wybranych bedekerach, jak rysunki i grafiki, schematy budowy zabytków, fotografie, ukazujące i akcentujące piękno

tutejszej przyrody. Dzięki owym obrazom turysta, zanim podejmie decyzję o przyjeździe w te strony, może w wirtualny sposób posmakować czekających go atrakcji, „zanurzyć się” w ów „przebogaty świat”. Kolorowe, piękne zdjęcia mają obrazować Ziemię Lubuską, ale także pobudzać, zachęcać i nakłaniać do jej obejrzenia, gdyż przewodniki, albumy „ukazują jedynie rąbek tajemnicy – resztę trzeba dostrzec samemu”.