

GABRIELA DUDEK
(UNIwersytet Jagielloński)

PERSWAZJA W UJĘCIU POLSKICH I ROSYJSKICH JĘZYKOZNAWCÓW. PRZEGLĄD STANOWISK

Zagadnienia perswazji stanowią modny kierunek badań naukowych. Wśród językoznawców nie ma jednak zgody co do zakresu ukazanego fenomenu. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie sposobów rozumienia perswazji w polskiej i rosyjskiej lingwistyce.

W ostatnich latach perswazja zyskała niezmierną popularność jako przedmiot badań¹. Jest ona złożonym zagadnieniem rozpatrywanym na gruncie wielu nauk, głównie socjologii² i psychologii³. Stała się także przedmiotem

¹ M. Tokarz, *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańsk 2006, s. 219.

² W socjologii perswazja jest definiowana na przykład jako „proces świadomego wpływu na zmianę poglądów, przekonań, postaw innych osób. Perswazja wyklucza stosowanie przemocy (albo groźenie przemocą) lub skłanianie do przyjęcia innej postawy wskutek zaoferowania jakiś dóbr, materialnych bądź pozamaterialnych. Perswazja to skłanianie do zmiany przekonań odwołujące się tylko do samego aktu perswazji i jego zawartości treściowej”. A. Mikusińska, *Socjologia. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 2008, s. 145.

³ Warto odnotować, iż J. Świątek rozpatruje perswazję jako problem przede wszystkim natury psychologicznej. Autor, dokonując przeglądu definicji perswazji, zaznacza, iż dane zagadnienie „odnosi się do procesu, określonych działań, aktu komunikacji, symbolicznych zachowań bądź też przekazu, których zasadniczym elementem jest (przeważnie) nie tyle określona obiektywnie istniejąca eksplicytna cecha (czy cechy), ile zakładany implicytny cel nadawcy polegający na wpłynięciu na odbiorcę, zmianie jego struktur kognitywnych bądź wywołaniu określonych zachowań z jego strony”. J. Świątek, *Perswazja peryferyjna – kilka uwag na temat schematów pojęciowych w dyskursie reklamowym*, [w:] *Oblicza komunikacji 1*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Kraków 2006, s. 460–461.

dociekań językoznawczych, jednak mimo licznych i bogatych analiz nie wypracowano pełnej teorii perswazji ani też wyczerpującego opisu jej środków⁴. M. Grzelka zauważa, że podstawowym wyznacznikiem wskazanego zjawiska, wspólnym dla wszystkich definicji, jest „dążenie nadawcy do wywarcia wpływu na sposób postrzegania świata przez odbiorcę poprzez zmianę lub zmodyfikowanie jego postaw, poglądów, sądów, wierzeń, przekonań”⁵.

Dokładne objaśnienie perswazji znajdziemy w pracy W. Pisarka:

[...] [perswazja to] starania o wywarcie bez przymusu, za pomocą przekazów (słownych i pozasłownych) i zawartej w nich argumentacji (racjonalnej i emocjonalnej), stanowiącej wynik selekcji treści i form, wpływu na przekonania, opinie, postawy, nastroje, a co za tym idzie i na zachowania adresata/adresatów tych przekazów⁶.

Zbliżone ujęcie zostało zaprezentowane w pracy K. Szymanka:

[...] [perswazja to] świadome użycie znaków i symboli, a zwłaszcza pisanego i mówionego słowa, obrazu itp. w celu wywarcia wpływu na czyjeś przekonania, postawy i decyzje: zdobycia czyjeś akceptacji lub przynajmniej przychylności dla proponowanych poglądów, sposobu zachowania, decyzji⁷.

Z przytoczonych cytatów wynika, że perswazja jest zamierzonym zabiegiem, mającym na celu wywieranie wpływu na inne osoby przy pomocy przekazów werbalnych i/lub niewerbalnych. W przypadku działań słownych możemy mówić o tzw. perswazji językowej:

Perswazja językowa jest to działanie werbalne nadawcy [zauważone przez obserwatora], dążące do zmiany stanu mentalnego, postawy lub do pożądanego przez nadawcę działania odbiorcy⁸.

⁴ E. Laskowska, *O jednym z przejawów perswazji we współczesnym dyskursie politycznym*, [w:] *Język, historia, polityka. Prace Komisji Językoznawczej BTN*, t. XVII, red. E. Laskowska, M. Jaracz, Bydgoszcz 2007, s. 94.

⁵ M. Grzelka, *O autotematycznej perswazyjności tekstów odredakcyjnych*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007, s. 347.

⁶ W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań 2003, s. 15.

⁷ K. Szymanek, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa 2001, s. 228.

⁸ E. Laskowska, *Dyskurs parlamentarny...*, op. cit., s. 46. E. Laskowska podkreśla, iż w komunikacji perswazyjnej występuje szczególny typ nadawcy – perswador, czyli ten, który stosuje perswazję (eadem, *O jednym z przejawów...*, op. cit., s. 93). W takim znaczeniu M. Tokarz z kolei używa leksemu p e r s w a d e r (M. Tokarz, op. cit., s. 201).

E. Laskowska poza perswazją umiejscawia proste nakłanianie, to jest niewymagające wzmocnienia przez przekonywanie czy odwoływanie się do emocji odbiorcy, oraz proste informowanie, które nie wchodzi w ciąg argumentacyjny. Według uczonej koniec perswazji wyznacza przymus. Dwojakie cele perswazji Laskowska upatruje w oddziaływaniu na stan mentalny i postawę odbiorcy, które nazywa propagowaniem, oraz w skłanianiu do działania, czyli w agitacji⁹.

Warto dodać, iż w koncepcji M. Korolki propaganda i agitacja są przyjmowane za możliwe rodzaje perswazji, wyróżnione ze względu na cele perswazyjne¹⁰. Autor, określając używanie perswazji jako „syntez[y] intelektualnych, moralnych i emocjonalnych składników (elementów) mowy skierowanej do rozumu, woli i uczuć adresata”¹¹, dzieli perswazję na przekonującą, nakłaniającą (propagandę) i pobudzającą (agitację). Według Korolki perswazja przekonująca zakłada intelektualną aktywność odbiorcy oraz uczciwe intencje i zamiary nadawcy, podczas gdy perswazja nakłaniająca, czyli propaganda, może mieć charakter jawny lub ukryty, uczciwy lub nieuczciwy, szkodliwy lub nieszkodliwy i dąży przy tym do pozyskania szerokiej rzeszy zwolenników. Trzeci wymieniony rodzaj perswazji, to jest agitacja, jest oddziaływaniem doraźnym, opartym głównie na autorytatywnym przekonywaniu¹².

P. H. Lewiński natomiast definiuje perswazję jako:

[...] usiłowanie uzyskania realnego wpływu na sposób myślenia lub postępowania odbiorcy, jednakże nie drogą bezpośredniego rozkazu, lecz metodą pośrednią, poprzez podporządkowanie założonemu celowi wszystkich pozostałych zachowań komunikacyjnych, które odbiorca byłby w stanie zrozumieć i właściwie zinterpretować¹³.

Lewiński kładzie nacisk na fakt, iż perswazja nie może być łączona z rozkazem. Według badacza istotę perswazji stanowi konieczność dokonania wyboru¹⁴,

⁹ E. Laskowska, *Dyskurs parlamentarny...*, op. cit., s. 46–47.

¹⁰ M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1998, s. 34.

¹¹ Ibidem, s. 32.

¹² Ibidem, s. 34–35.

¹³ P. H. Lewiński, *Granice perswazji*, [w]: *Język w komunikacji*, t. 1, red. G. Habrajska, Łódź 2001, s. 285. „Komunikowanie perswazyjne różni się tym od komunikowania informacyjnego, że obiektem wymiany nie jest czysta, prawdziwa i obiektywna informacja. Jego właściwością jest takie oddziaływanie nadawcy na odbiorcę, aby w procesie komunikowania nakłonić go do akceptacji poglądów, przyjęcia nowych postaw i zachowań zgodnych z intencją nadawcy. Proces ten ma charakter dobrowolny i nie towarzyszą mu żadne środki przymusu” (B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006, s. 85).

¹⁴ Takie stanowisko akcentuje między innymi P. Pałka: „Warunkiem koniecznym perswazji jest wolność wyboru, jaką powinien dysponować odbiorca, oraz świadomość

a zatem perswazja jest „działaniem w pełni etycznym, demokratycznym i koniecznym w każdej grupie społecznej”¹⁵.

Należy odnotować, iż obok terminu „perswazja” w literaturze przedmiotu spotykamy również bliskoznaczne określenia „funkcja perswazyjna” i „perswazyjność”:

Analiza środków stosowanych w języku polityki wskazuje, że w wypowiedziach polityków dominuje funkcja perswazyjna (nakłaniająca, impresywna)¹⁶.

W powyższym cytacie rozumienie funkcji perswazyjnej sprowadza się do utożsamienia jej z funkcją nakłaniającą, impresywną (konatywną)¹⁷. Niemniej perswazja może być pojmowana także jako odmiana funkcji konatywnej bądź jedna z jej możliwych postaci¹⁸. Ujmowanie perswazji w charakterze odmiany funkcji konatywnej jest właściwe koncepcji S. Barańczaka:

Funkcja perswazyjna wypowiedzi jest to szczególna odmiana funkcji konatywnej, polegająca na usiłowaniu uzyskania realnego wpływu na sposób myślenia lub postępowania odbiorcy, jednakże nie drogą bezpośredniego rozkazu, lecz metodą utajoną i pośrednią, tak iż w wypowiedzi dominuje z pozoru inna niż konatywna funkcja językowa (np. funkcja estetyczna, poznawcza, emotywna etc.)¹⁹.

uczestnictwa w akcie komunikacji, którego cel jest jasny i czytelny” (P. Pałka, *Manipulacja – zła siostra perswazji*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, op. cit., s. 371).

¹⁵ Lewiński poza granicami perswazji umiejscawia demagogię, indoktrynację, techniki prania mózgu i kontroli świadomości. P. H. Lewiński, op. cit., s. 284, 288–289.

¹⁶ A. Balczyńska-Kosman, *Perswazja i populizm jako elementy języka polityki*, [w:] *Polityka i perswazja*, red. P. Lisewski, Poznań 2007, s. 64.

¹⁷ Utożsamienie funkcji impresywnej z perswazyjną odnajdziemy również w pracy M. Trysińskiej (*Jak politycy komunikują się ze swoimi wyborcami? Analiza języka polityków na przykładzie rozmów prowadzonych w telewizji polskiej oraz internecie*, Warszawa 2004, s. 171–174).

¹⁸ W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, op. cit., s. 15. Pisarek przenosi funkcję perswazyjną do „wyższego poziomu organizacji tekstu w kontekście, a więc raczej do poziomu dyskursu” (idem, *O perswazji słów kilka*, [w:] *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*, red. R. Garpiel, K. Leszczyńska, Kraków 2004, s. 11). Por.: „Ma [perswazja] więc charakter metajęzykowy i przejawia się na wszystkich poziomach realizacji języka. Na poziomie przedstawieniowym perswazja przejawia się poprzez wybór tematyki, stopień informatywności, procesy argumentacji itd. Na poziomie organizacji dyskursu wyraża się w kolejności wprowadzania informacji, przygotowania interlokutora do jej przyjęcia i delimitacji itd.”. A. Awdiejew, *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków 2004, s. 142.

¹⁹ S. Barańczak, *Czytelnik ubezwłasnowolniony. Perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*, Paris 1983, s. 31. Należy podkreślić, iż w pracy Barańczaka perswazja od-

Postrzeganie perswazji jako odmiany funkcji konatywnej jest również widoczne w artykule M. Wrześniewskiej-Pietrzak, która nie odnosi jej jednak do działań niejawnych:

Perswazja to specyficzna odmiana funkcji impresywnej (jej celem jest wywarcie wpływu na odbiorcę). Za jej pomocą nadawca, posługując się środkami językowymi lub parajęzykowymi, ma zamiar zmienić poglądy lub sposób myślenia swojego interlokutora, nie osiągając przy tym własnych ukrytych celów, powodujących jakkolwiek szkodę u odbiorcy²⁰.

Jako możliwa postać funkcji nakłaniającej (impresywnej) perswazja jest rozpatrywana przez R. Grzegorzyczkową, która nacisk na odbiorcę rozgranicza na nacisk w celu wywołania działań, realizujący się w pytaniach i dyrektywach (rozkazach, groźbach, prośbach itp.), oraz na nacisk w celu wpływania na stan mentalny odbiorcy, mogący być działaniem na świadomość, czyli perswazją, i działaniem bez świadomości odbiorcy, czyli manipulacją²¹.

Zbliżone podejście charakteryzuje koncepcję J. Bralczyka, który wyróżnia dwa aspekty nakłaniania – dyrektywność i perswazję:

Za dyrektywne uznamy wezwania do zachowań aktywnych (nawet wezwania pośrednie), za perswazyjne – wypowiedzi stymulujące postawy, które z kolei powinny sprzyjać pożądanym zachowaniom. Tak więc np. apele byłyby dyrektywne, a np. oceny – perswazyjne²².

bierana jest negatywnie, a nawet łączona jest z manipulacją. Por.: „Odnajdujemy ją [perswazję] w tekstach mających na celu wywołanie pożądanego przez nadawcę reakcji odbiorcy, nakłonienie go do działania zgodnego z życzeniem autora, który jednak bardzo często stara się zachować tak, by sprawić wrażenie, że ostateczny, samodzielny i w pełni świadomy wybór jest tylko i wyłącznie dziełem adresata”. A. Banasik, *Jak uwodzą politycy? Język marketingu politycznego w kampanii wyborczej '97*, Katowice 2002, s. 24.

²⁰ M. Wrześniewska-Pietrzak, *Wartościowanie jako oręż perswazji*, [w:] *Polityka i perswazja*, op. cit., s. 49.

²¹ R. Grzegorzyczkowa, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] *Język a kultura. Funkcje języka i wypowiedzi*, t. 4, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzyczkowa, Wrocław 1991, s. 23. Na temat funkcji perswazyjnej Grzegorzyczkowa wypowiedziała się również w artykule z 1985 roku *Nowomowa a problem funkcji wypowiedzi*, gdzie perswazję rozpatruje jako „szczególny wypadek funkcji informacyjnej połączonej z impresją i ekspresją” (*Nowomowa a problem funkcji wypowiedzi*, „Poradnik Językowy” 1985, nr 6, s. 379). Por.: „Funkcja perswazyjna [...] polega na wytwarzaniu w odbiorcy pewnego stanu przekonaniowego, kształtowaniu w nim ocen i poglądów. Cel ten uzyskuje się przede wszystkim poprzez przekazanie emocji i ocen ukrytych w używanych wyrazach” (ibidem, s. 379–380).

²² J. Bralczyk, *O języku propagandy i polityki*, Warszawa 2007, s. 78.

Apele jako formę perswazji odrzuca też B. Mikołajczyk:

[...] funkcję perswazyjną można uznać za podklasę funkcji apelatywnej (impresywnej)/konotatywnej, tj. jako funkcji ukierunkowanej na zmianę opinii, postaw oraz zachowania odbiorcy w sposób, który wyklucza bezpośredni apel do adresata²³.

Za apele bezpośrednie autorka uznaje na przykład nakaz, prośbę, rozkaz, żądanie²⁴.

Interesujący wydaje się fakt, iż funkcję perswazyjną uważa się za jedną z najważniejszych funkcji języka, a w dodatku część lingwistów upatruje w perswazji podstawowy cel komunikacji²⁵.

Przytoczone obok funkcji perswazyjnej pojęcie perswazyjności występuje na przykład w pracy J. Frasa:

Perswazyjność to takie oddziaływanie, które ma na celu pozyskanie akceptacji lub choćby przychylności odbiorcy dla prezentowanych mu sformułowań²⁶.

Fras ze względu na stopień jawności intencji perswazyjnej i wyrazistość językowych wykładników perswazji różnicuje wypowiedzi na jawnie perswazyjne, do których zalicza apele i argumentowanie, oraz na niejawnie perswazyjne, czyli sugestie, gdzie intencje nadawcy nie są nazwane wprost²⁷.

Warto także dodać, iż w artykule J. Świątka pojawia się termin perswazyjność tekstu:

Perswazyjność tekstu (i szerzej – przekazu werbalno-wizualnego) może być rozumiana jako pewna cecha tekstu (przekazu) sprowadzająca się do występowania określonych elementów, które mogą ostatecznie doprowadzić do tego, co jest właściwym celem podejmowania zabiegów perswazyjnych, czyli zmiany nastawienia odbiorcy, jego postawy, oceny, preferencji czy wreszcie podjęcia oczekiwanych przez nadawcę działań²⁸.

²³ B. Mikołajczyk, *Perswazja jako działanie językowe*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, op. cit., s. 68.

²⁴ Ibidem.

²⁵ P. Łuczeńczyk, *Mechanizmy perswazji w komunikacji przez Internet w procesie dydaktycznym*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, op. cit., s. 383. Por.: „Bez komunikacji i bez perswazji nie tylko współpraca nie byłaby możliwa, ale i zwykła koegzystencja, a nawet fizyczne przetrwanie” (M. Tokarz, op. cit., s. 194).

²⁶ J. Fras, *Język propagandy politycznej*, [w:] *Teoria i praktyka propagandy*, B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, Wrocław 1997, s. 91.

²⁷ Ibidem, s. 92.

²⁸ J. Świątek, op. cit., s. 460.

Przytoczone pojmowania perswazji świadczą o tym, iż wśród lingwistów nie ma zgody w sprawie zakresu omawianego fenomenu. Perswazji bardzo trudno wyznaczyć precyzyjne granice:

Każda bowiem – czy niemal każda – wypowiedź może w szczególnych okolicznościach być użyta w celu perswazyjnym, to znaczy po to, by skłonić kogoś do akceptacji jakiegoś sądu, do zajęcia jakiejś postawy lub do jakiegoś zachowania się²⁹.

D. Zdunkiewicz-Jedynak podkreśla, iż zjawisko perswazji „jest typem aktów mowy w obrębie wypowiedzi, które mają na celu wywołać jakiś skutek w odbiorcy”³⁰. Według badaczki takie akty mowy realizują się w działaniach określonych przez czasowniki: przekonywać, radzić, prosić, namawiać, agitować, indoktrynować, manipulować, pytać, nakazywać, rozkazywać, zakazywać, polecać, zlecać, nakłaniać, kazać³¹. Rozróżnienia między nimi a perswazją badaczka dokonuje na podstawie sześciu kryteriów. Pierwsze stanowi odwoływanie się do intelektu (jak w przypadku przekonywania, rady) lub emocji (jak w agitacji), lub do dwóch jednocześnie (jak w perswazji). Drugie to nastawienie na zmianę stanu świadomości i postaw (jak w perswazji) albo nastawienie na konkretne działania (na przykład rozkaz, rada) w tym zachowania werbalne (pytanie). Trzecie kryterium odnosi się do obecności lub braku zapowiedzi konsekwencji w wypadku niepodporządkowania się nadawcy (na podstawie tego kryterium przeciwstawia się na przykład radę, perswazję, prośbę rozkazowi, poleceniu, groźbie). Kolejny wyznacznik to rodzaj relacji między nadawcą i odbiorcą – relacje równorzędności i dominacji (przekonywanie wobec właśnie perswazji)³², stosunki oficjalne i niekoniecznie oficjalne (rozkaz, indoktrynacja, zlecenie i wszystkie pozostałe). Piątą podstawę rozróżnień wymienionych aktów mowy stanowi obecność wartościowania jako elementu obligatoryjnego, fakultatywnego lub nieobecnego (to kryterium przeciwstawia radę, indoktryna-

²⁹ W. Pisarek, *O perswazji słów kilka*, op. cit., s. 10.

³⁰ D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Językowe środki perswazji w kazaniu*, Kraków 1996, s. 15.

³¹ Ibidem, s. 15–16.

³² Pisząc o dominacji w perswazji, Zdunkiewicz-Jedynak ma na uwadze „role komunikacyjne, jakie wyznacza uczestnikom komunikacji akt perswazji”. Autorka odnotowuje, iż perswazja zakłada możliwość odmowy, jednak pozycje nadawcy i odbiorcy nie są w niej równorzędne. Potwierdza to potoczne użycie słów „perswazja” i „perswadować”, np. nie powiemy, według badaczki, że dziecko „wyperswadowało coś rodzicom”, choć mogło „przekonać” (ibidem, s. 16). Por.: „Perswazja nie zakłada wzajemnych ustępstw, uzgadniania ostatecznego wniosku, nakierowana jest na wywarcie oczekiwanego wpływu na odbiorcę” (I. Borkowski, *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wrocław 2003, s. 19).

cję i perswazję rozkazom, pytaniom). Ostatni podział wytycza intencja mówiącego – pragnienie dobra dla odbiorcy (na przykład w przypadku rady)³³.

Zdunkiewicz-Jedynak akcentuje również, iż proces perswazji musi zawierać wartościowanie³⁴. Ten pogląd podziela na przykład U. Wieczorek, która kładzie nacisk na fakt, iż w perswazyjnym akcie mowy „czynnik aksjologiczny jest elementem zasadniczym i nieodłącznym”³⁵. Zgodnie z teorią autorki to właśnie wartościowanie jest główną cechą, która różni akt perswazyjny od dyrektywnego³⁶:

Sądzę, że główną cechą perswazji jest wymaganie, aby ona była realizowana przez akty wartościujące, podczas gdy inne akty impresywne mogą być wartościujące albo nie³⁷.

Podsumowując, należy zaznaczyć, iż większość polskich badaczy umiejscawia poza perswazją wszelki przymus. Inne stanowisko przyjmuje jednak Wieczorek, która za modelowe akty perswazyjne uznaje obietnicę i groźbę³⁸:

[...] gdybyśmy chcieli przedstawić jakieś podstawowe dla perswazji orientacje wartościujące, byłyby nimi obietnica nagrody i groźba kary³⁹.

Odpowiednikiem przedstawionego terminu w języku rosyjskim jest „уговаривание, уговоры”⁴⁰. W odróżnieniu od języka polskiego wyrazy te nie mają jednak statusu terminów naukowych. W rosyjskiej lingwistyce na oddanie zja-

³³ D. Zdunkiewicz-Jedynak, op. cit., s. 16.

³⁴ Ibidem. Por.: „Perswazja jest postępowaniem wartościującym, będącym wynikiem wielorako uwarunkowanych aksjomatów (gr. *aksioma* ‘rzecz cenna, wiarygodna’), norm, wzorców, ocen prawdy, dobra i piękna”. M. Korolko, op. cit., s. 33.

³⁵ U. Wieczorek, *Wartościowanie. Perswazja. Język*, Kraków 1999, s. 50. Por.: „Perswazyjny akt mowy ma charakter intencjonalny, bowiem zamiarem mówcy jest wpływanie na opinie, postawę, a także na zachowanie odbiorcy, i składa się z następujących komponentów: czynnika fatycznego, informacyjnego, argumentacyjnego, emotywnego oraz wartościującego. Granice pomiędzy poszczególnymi elementami są w tekstach najczęściej płynne”. B. Mikołajczyk, op. cit., s. 66.

³⁶ Według Pisarka wartościowanie stanowi „tylko pierwsze stadium przekonywania”. W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, op. cit., s. 12.

³⁷ U. Wieczorek, op. cit., s. 56.

³⁸ Ibidem, s. 72. Obietnica, groźba i prośba są traktowane jako typowe środki perswazyjne także w pracy Szymanka (K. Szymanek, op. cit., s. 228). Przymus, konieczność zrobienia czegoś jest częścią perswazji także w koncepcji J. Frasa (J. Frasz, op. cit., s. 92).

³⁹ U. Wieczorek, op. cit., s. 72.

⁴⁰ D. Hessen, R. Stypuła, *Wielki słownik polsko-rosyjski*, Warszawa 2004, s. 29.

wiska językowej perswazji stosuje się określenie *речевое воздействие* (oddziaływanie językowe)⁴¹. P. B. Paršin odnotowuje, iż przywołany termin posiada dwa znaczenia: szerokie i wąskie⁴². W sensie szerokim oddziaływanie językowe to:

[...] wpływanie na indywidualną i/lub zbiorową świadomość oraz zachowanie realizowane poprzez różnorodne środki językowe, innymi słowy – za pomocą komunikatów języka naturalnego. Czasami pod pojęciem oddziaływania językowego rozumie się także wykorzystywanie komunikatów utworzonych przez środki tak zwanych paralingwistycznych systemów semiotycznych, do których odnosi się przede wszystkim gesty, mimikę i pozy, kody estetyczne twórczości słownej (np. kody stylistyczne i intertekstualne odniesienia), a także, w przypadku komunikacji pisemnej, środki graficzne⁴³.

Wąskie rozumienie omawianego oddziaływania, które w praktyce, według Paršina, jest spotykane o wiele częściej, można sprowadzić do następującej definicji:

⁴¹ E. V. Šelestůk informuje, iż pojęcie językowego wpływu (*речевое воздействие*) zostało wprowadzone w latach 70. przez grupę psycholingwistów związanych z Instytutem Językoznawstwa Akademii Nauk ZSSR i po raz pierwszy odnotowane w zbiorze prac z 1972 roku *Речевое воздействие: Проблемы прикладной психолингвистики* [E. V. Šelestůk, *Rečevoe vozdejstvie: ontologija i metodologija issledovanija. Dissertacija na coiskanie učenoi steoienii kandidata filologičeskich nauk, Čelābinsk 2009* (E. B. Šelestůk, *Речевое воздействие: онтология и методология исследования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук, Челябинск 2009*), s. 3]. Warto też dodać, iż V. E. Černāvskaja wprowadza, jak sama zaznacza, nieobecny w innych rosyjskich pracach termin *персуазивность* (*персуазия*) [V. E. Černāvskaja, *Diskurs vlasti i vlast' diskursa. Problemy rečevogo vozdejstvia. Učebnoe posobie*, Moskva 2006 (B. E. Černjavskaja, *Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. Учебное пособие*, Москва 2006), s. 25]. Wadaczka definiuje go jako „воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или не совершению им определенных действий” i odnosi go do możliwej funkcjonalno-pragmatycznej cechy tekstu (*ibidem*, s. 25, 27).

⁴² P. B. Paršin, *Rečevoe vozdejstvie* (П.Б. Паршин (2011). *Речевое воздействие.*) [Online]. Protokół dostępu: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac5078c5b3/1009689A.htm> [20 stycznia 2012].

⁴³ *Ibidem*. Por.: „Речевое воздействие может быть определено как воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели” [I. A. Sternin, *Vvedenie v rečevoe vozdejstvie*, Voronež 2001 (И. А. Стернин, *Введение в речевое воздействие*, Воронеж 2001), s. 51].

[...] [oddziaływanie językowe to] wykorzystywanie właściwości struktury i funkcjonowania systemów znakowych oraz przede wszystkim języka naturalnego celem zbudowania komunikatów charakteryzujących się zwiększoną możliwością wpływania na świadomość i zachowanie adresata lub adresatów komunikatu⁴⁴.

O. S. Issers spostrzega, iż w większości przypadków wyrażenie „oddziaływanie językowe” jest rozumiane jako „komunikacja językowa rozpatrywana w aspekcie jej celowości, motywacji, planowanej efektywności”⁴⁵.

Dodajmy, iż w Rosji badania komunikatów, które mają za zadanie wpływać na odbiorców, prowadzi się w ramach specjalnej dyscypliny, zwanej теория речевого воздействия (teoria językowego oddziaływania)⁴⁶. Warto jednak uzupełnić, iż w innych ujęciach samo wyrażenie „речевое воздействие” stanowi także nazwę odrębnej nauki o skutecznej komunikacji⁴⁷:

Oddziaływanie językowe to nauka o wyborze odpowiedniego, adekwatnego sposobu oddziaływania językiem na osobę w konkretnej sytuacji komunikacyjnej; o umiejętności prawidłowego dobierania różnorodnych sposobów wpływania językiem w zależności od rozmówcy i sytuacji komunikacyjnej w celu osiągnięcia najlepszego efektu⁴⁸.

⁴⁴ P. B. Paršin, op. cit.

⁴⁵ O. S. Issers, *Ре́чевое воздействие. Учебное пособие*, Moskwa 2009 (O. C. Иссерс, *Речевое воздействие. Учебное пособие*, Moskwa 2009), s. 20. Por.: „Złożony, wielofunkcyjny mechanizm oddziaływania językiem pracuje w procesie każdego aktu komunikacji werbalnej” (ibidem, s. 52).

⁴⁶ P. B. Paršin, op. cit. Por.: „Teoria oddziaływania językiem bada sposoby językowego wpływu na rozmówcę – na przykład udowadnianie, przekonywanie, namawianie, sugerowanie, rozkazywanie i in.” [Z. D. Попова, I. A. Sternin, *Общие Языкознание. Учебное пособие*, Moskwa 2007 (З. Д. Попова, И. А. Стернин, *Общие языкознание. Учебное пособие*, Moskwa 2007), s. 346].

⁴⁷ Ibidem, s. 345. Skuteczność komunikacji jest według badaczy związana z osiągnięciem przez rozmówcę założonych celów komunikacyjnych w określonej sytuacji. Por.: „Efektywnym można nazwać takie oddziaływanie językowe, które pozwala mówiącemu osiągnąć postawiony cel i zachować równowagę stosunków z rozmówcą (komunikatywną równowagę), tj. zostać z nim w normalnych stosunkach, nie pokłócić się” (ibidem, s. 345–346).

⁴⁸ Ibidem. W literaturze przedmiotu występuje także nazwa opisowa tego obszaru analiz – наука о речевом воздействии. Według Sternina wskazana nauka składa się z trzech części: historii, teorii oraz części praktycznej. Warto również dodać, iż autor w obręb powyższych badań włącza także manipulację (I. A. Sternin, op. cit., s. 5, 67).

Zgodnie z Z. D. Popową i I. A. Sterninem oddziaływanie poprzez język, tradycyjnie analizowane przez retorykę i stylistykę, wyłoniło się jako nauka w końcu XX wieku, początkowo jako odgałęzienie pragmatolingwistyki⁴⁹. Obecnie dana dziedzina łączy w sobie osiągnięcia lingwistyki, psychologii, retoryki, teorii masowej komunikacji, socjologii i innych nauk. Ważnym jej aspektem jest analizowanie werbalnych oraz niewerbalnych środków komunikacji⁵⁰.

Omówione koncepcje perswazji obrazują niejednorodność jej ujęcia zarówno w polskim, jak i rosyjskim językoznawstwie. Perswazja jest interesującym problemem, niemniej wymagającym uściślenia ram badawczych.

PERSUASION IN POLISH AND RUSSIAN HUMANITIES. AN OVERVIEW OF POSITIONS

The problem of persuasion has become one of the main objects of Polish and Russian linguistic studies. However, the term 'persuasion' is used in a variety of ways by different researchers. The aim of the article is an attempt to present the most common approaches to this phenomenon. The article shows how persuasion is perceived in Polish and Russian theories.

Persuasion can be broadly defined as an intended process of influencing others by verbal and nonverbal means. The limits and forms of persuasion are, however, not clearly specified.

BIBLIOGRAFIA

1. Awdziejew A., *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków 2004.
2. Balczyńska-Kosman A., *Perswazja i populizm jako elementy języka polityki*, [w:] *Polityka i perswazja*, red. P. Liszewski, Poznań 2007.
3. Banasik A., *Jak uwodzą politycy? Język marketingu politycznego w kampanii wyborczej '97*, Katowice 2002.
4. Barańczak S., *Czytelnik ubezwłasnowolniony. Perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*, Paris 1983.
5. Borkowski I., *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wrocław 2003.
6. Bralczyk J., *O języku propagandy i polityki*, Warszawa 2007.
7. Černāvská V. E., *Dyskurs vlasti i vlast' diskursa. Problemy rečevogo vozdejsťviä. Učebnoe posobie*, Moskva 2006 (В. Е. Чернявская, *Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. Учебное пособие*, Москва 2006).

⁴⁹ Z. D. Popova, I. A. Sternin, op. cit., s. 345.

⁵⁰ Ibidem, s. 345–346.

8. Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006.
9. Frasz J., *Język propagandy politycznej*, [w:] *Teoria i praktyka propagandy*, B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepa, Wrocław 1997.
10. Grzegorzczakowa R., *Nowotowa a problem funkcji wypowiedzi*, „Poradnik Językowy” 1985, nr 6.
11. Grzegorzczakowa R., *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] *Język a kultura. Funkcje języka i wypowiedzi*, t. 4, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczakowa, Wrocław 1991.
12. Grzelka M., *O autotematycznej perswazyjności tekstów odredakcyjnych*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007.
13. Hessen D., Stypuła R., *Wielki słownik polsko-rosyjski*, Warszawa 2004.
14. Issers O. S., *Rečevoe vozdejstvie. Učebnoe posobie*, Moskwa 2009 (O. C. Иссерс, *Речевое воздействие. Учебное пособие*, Москва 2009).
15. Korolko M., *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1998.
16. Laskowska E., *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Bydgoszcz 2004.
17. Laskowska E., *O jednym z przejawów perswazji we współczesnym dyskursie politycznym*, [w:] *Język, historia, polityka. Prace Komisji Językoznawczej BTN*, t. 17, red. E. Laskowska, M. Jaracz, Bydgoszcz 2007.
18. Lewiński P. H., *Granice perswazji*, [w:] *Język w komunikacji*, t. 1, red. G. Habrajska, Łódź 2001.
19. Łuczeńczyk P., *Mechanizmy perswazji w komunikacji przez Internet w procesie dydaktycznym*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007.
20. Mikołajczyk B., *Perswazja jako działanie językowe*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007.
21. Mikusińska A., *Socjologia. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 2008.
22. Pałka P., *Manipulacja – zła siostra perswazji*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007.
23. Paršin P. B., *Rečevoe vozdejstvie* (П. Б. Паршин, *Речевое воздействие*). [Online]. Protokół dostępu: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac5078c5b3/1009689A.htm> [20 stycznia 2012].
24. Pisarek W., *Perswazyjna funkcja języka*, [w:] *Studia indoeuropejskie*, red. J. Kuryłowicz, Wrocław 1974.
25. Pisarek W., *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań 2003.
26. Pisarek W., *O perswazji słów kilka*, [w:] *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*, red. R. Garpiel, K. Leszczyńska, Kraków 2004.
27. Popova Z. D., Sternin I. A., *Obščee Āzykoznanie. Učebnoe posobie*, Moskwa 2007 (З. Д. Попова, И. А. Стернин, *Общее языкознание. Учебное пособие*, Москва 2007).
28. Sternin I. A., *Vvedenie v rečevoe vozdejstvie*, Voroneż 2001 (И. А. Стернин, *Введение в речевое воздействие*, Воронеж 2001).
29. Szymanek K., *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa 2001.

30. Świątek J., *Perswazja peryferyjna – kilka uwag na temat schematów pojęciowych w dyskursie reklamowym*, [w:] *Oblicza komunikacji 1*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Kraków 2006.
31. Šelestůk E. V., *Rečevoe vozdejstvie: ontologiã i metodologiã issledovaniã. Dissertaciã na coiskanie učenoi steoienii kandidata filologičeskih nauk, Čelãbinsk 2009* (E. B. Шелестюк, *Речевое воздействие: онтология и методология исследования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук, Челябинск 2009*).
32. Tokarz M., *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańsk 2006.
33. Trysińska M., *Jak politycy komunikują się ze swoimi wyborcami? Analiza języka polityków na przykładzie rozmów prowadzonych w telewizji polskiej oraz internecie*, Warszawa 2004.
34. Wiczorek U., *Wartościowanie. Perswazja. Język*, Kraków 1999.
35. Wrześniewska-Pietrzak M., *Wartościowanie jako oręż perswazji*, [w:] *Polityka i perswazja*, red. P. Lisowski. Poznań 2007.
36. Zdunkiewicz-Jedynak D., *Językowe środki perswazji w kazaniu*, Kraków 1996.

