

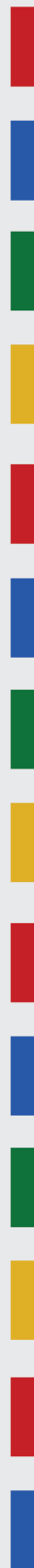
# PERSWAZJA JĘZYKOWA W RÓŻNYCH DYSKURSACH

## TOM 7



pod redakcją  
**Aleksandry Klimkiewicz**

**WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU GDAŃSKIEGO**



## **PERSWAZJA JĘZYKOWA W RÓŻNYCH DYSKURSACH**



**PERSWAZJA JĘZYKOWA W RÓŻNYCH DYSKURSACH**  
**TOM 7**

pod redakcją

**Aleksandry Klimkiewicz**

**РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РАЗНЫХ ДИСКУРСАХ**  
**TOM 7**

под редакцией

**Александры Климкевич**

Recenzent  
dr hab. Jolanta Lubocha-Kruglik, prof. UŚ

Redaktor Wydawnictwa  
Anna Roman

Korekta tekstów w języku angielskim  
Iryna Antonenko

Projekt okładki i stron tytułowych  
Piotr Paczuski

Skład i łamanie  
Maksymilian Biniakiewicz

Publikacja sfinansowana ze środków konferencji  
„Mowa – Człowiek – Świat: Perswazja językowa w różnych dyskursach” (KF0A-20)

© Copyright by Uniwersytet Gdański  
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-387-5

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel. +48 58 523 11 37, tel. kom. +48 725 991 206  
e-mail: [wydawnictwo@ug.edu.pl](mailto:wydawnictwo@ug.edu.pl)  
[wydawnictwo.ug.edu.pl](http://wydawnictwo.ug.edu.pl)

Księgarnia internetowa: [wydawnictwo.ug.edu.pl/sklep/](http://wydawnictwo.ug.edu.pl/sklep/)

Druk i oprawa  
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel. +48 58 523 14 49

## Spis treści

Słowo wstępne .....	7
---------------------	---

### ROZDZIAŁ PIERWSZY DYSKURS KOMUNIKOWANIA SPOŁECZNEGO

#### ГЛАВА ПЕРВАЯ ДИСКУРС ОБЩЕСТВЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Zoja Nowożenowa Aleksandra Klimkiewicz Semantyka i pragmatyka słowa „sputnik” na przełomie XX i XXI wieku .....	15
Елена Маринова Лексика Рунета как база для словотворчества (аспекты воздействия авторских неологизмов в художественном тексте) .....	33
Agnieszka Kurzyńska Jak (nie) zostać matką roku, czyli o sposobach perswazji w blogach parentingowych .....	42
Татьяна Попова Специфика речевого воздействия в программе «Парфенон» .....	51
Оксана Ковтун Актуализация грамматических языковых средств для моделирования аксиологических смыслов (на материале русского и английского языков) .....	61

### ROZDZIAŁ DRUGI DYSKURS POLITYCZNY

#### ГЛАВА ВТОРАЯ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Marcin Krawczak Aleksandra Wróbel Maciej Laskowski Parezia w starożytnym i współczesnym dyskursie politycznym .....	77
Kamil Olender Strategie komunikacyjne w polityce na przykładzie przemówienia Jarosława Kaczyńskiego w czasie Strajku Kobiet w 2020 roku .....	85

Kristine Grigoryan

- Mapping as a working mechanism of war  
and theater metaphors in political speeches ..... 97

ROZDZIAŁ TRZECI  
DYSKURS REKLAMOWY

ГЛАВА ТРЕТЬЯ  
РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС

Юлия Алюнина

- Англицизмы в русскоязычных блогах о моде:  
инструмент или результат лингвокультурного воздействия? ..... 109

Людмила Бабина

- Суггестивный потенциал текстов социальной рекламы ..... 121

Wanda Stec

- Rośliny w przekazie reklamowym: uwagi na temat nazewnictwa produktów  
pochodzenia roślinnego w języku polskim i rosyjskim ..... 131

Olga Lesicka

- Metafora w tekstach ekonomicznych – pomoc w przedstawianiu  
pojęć specjalistycznych czy oddziaływanie językowe w komunikacji? ..... 139

ROZDZIAŁ CZWARTY  
DYSKURS NAUKOWY

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ  
НАУЧНЫЙ ДИСКУРС

Татьяна Космеда

- Моделирование псевдоинформации  
в научном лингвистическом дискурсе: активные манипулемы ..... 155

Татьяна Петрова

- Потенциал критического жанра рецензии: научный диалог и полилог .... 175

О Авторach

- Сведения об авторах ..... 187

## Słowo wstępne

*Perswazję definiujemy jako umiejętność nakłaniania ludzi, aby robili to, czego chcemy, w dodatku chętnie – o ile jest to możliwe.*

Shirley Payne

*Sztuka wywierania wpływu polega na odczytywaniu ludzkich potrzeb, uświadamianiu ludziom tych potrzeb i zaspokajaniu ich.*

Robert Mayer

Do rąk Państwa trafia kolejny, siódmy, tom z cyklu *Perswazja językowa w różnych dyskursach*, powstałego pod auspicjami Katedry Pragmatyki Komunikacji i Dydaktyki Języka Rosyjskiego funkcjonującej w strukturze Instytutu Rusycystyki i Studiów Wschodnich Uniwersytetu Gdańskiego oraz Pracowni Badań nad Perswazją Językową afiliowanej przy Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Gdańskiego. Zebrane w monografii teksty stanowią dorobek III Międzynarodowej Konferencji Naukowej „Mowa. Człowiek. Świat”. Honorowymi patronami wydarzenia – w wyniku zagrożenia COVID-19 przeniesionego o rok na maj 2021 – są Prezydent Miasta Gdańska oraz Marszałek Województwa Pomorskiego.

W dobie kryzysów politycznych i wstrząsów społecznych, kardynalnych zmian w codziennym funkcjonowaniu *socium*, w tym też ze względu na politykę izolacyjną w warunkach pandemii, studiowanie mechanizmów perswazji językowej w dyskursie publicznym zyskuje szczególne znaczenie. Zgodnie z trafną myślą Roberta Mayera: „sztuka wywierania wpływu polega na odczytywaniu ludzkich potrzeb” – komunikacyjnych, społeczno-politycznych, integracyjnych, edukacyjnych, psychologicznych, „uświadamianiu ludziom tych potrzeb i zaspokajaniu ich”<sup>1</sup>. Aktualna sytuacja socjokulturowa tworzy sprzyjające warunki do kształtowania przez siły polityczne, media, Internet czy nowoczesne narzędzia dydaktyczne postaw mentalnych wśród szerokiego kręgu odbiorców za pomocą użycia sugestywnej wypowiedzi.

W tym kontekście szeroko zakrojoną perswazję z całokształtem jej strategii i narzędzi intersemiotycznych, za Shirley i Johnem Payne’ami, można zdefiniować jako „umiejętność nakłaniania ludzi, aby robili to, czego chcemy, w dodatku

---

<sup>1</sup> R. Mayer, *Jak wygrać każde negocjacje. Nie podnosząc głosu, nie tracąc zimnej krwi i nie wybuchając gniewem*, Warszawa 2007, s. 36.



chętnie – o ile jest to możliwe”<sup>2</sup>. Komunikacja perswazyjna to zjawisko związane z interakcyjnym charakterem języka, rządzące się pewnymi zasadami, którego opis wymaga również szczegółowych badań kulturowych i uwzględnienia wielowymiarowego (politycznego, historycznego, kulturowego, psychologicznego) kontekstu wypowiedzi, gdyż język z jednej strony jest narzędziem porozumiewania się ludzi, z drugiej zaś jest reprezentatywny wobec rzeczywistości, będąc systemem znaków symbolicznych odzwierciedlających tę rzeczywistość<sup>3</sup>. Znak jest tworzony intencjonalnie, w celu wywołania określonego zachowania, uczucia lub emocji. W związku z tym zjawisko perswazji stanowi niezwykle szeroki obszar komunikacji, a określenie jego granic i klasyfikacja różnych działań perswazyjnych należy do najtrudniejszych zadań w badaniach procesu komunikacji językowej.

Celem zainicjowanego na Uniwersytecie Gdańskim cyklu konferencyjno-wydawniczego stało się stworzenie pewnego forum wymiany myśli pomiędzy naukowcami, których badania – z zakresu różnych dziedzin naukowych i z wykorzystaniem interdyscyplinarnej metodologii – przyczyniają się do zgłębienia wiedzy o sposobach skutecznego oddziaływania językowego w rozmaitych typach dyskursu: politycznym, medialnym, religijnym, prawniczym czy dydaktycznym, zarówno w przestrzeni komunikacji narodowej, jak i międzykulturowej.

Zamieszczone w niniejszej monografii teksty są wynikiem przemyśleń i doświadczeń naukowych przedstawicieli różnych dziedzin i szkół badawczych, którzy pochylili się nad analizą pragmatykonu wieloaspektowego zjawiska oddziaływania językowego. Na całość publikacji składa się kilka podrozdziałów poświęconych – w odmienniej perspektywie – szczegółowym zagadnieniom z kręgu tytułowej perswazji. Podział tomu jest w dużej mierze konwencjonalny, podyktowany potrzebą przejrzystości struktury oddanej w ręce Czytelnika monografii.

Teksty zawarte w pierwszym rozdziale obejmują zagadnienia specyfiki oddziaływania językowego w dyskursie komunikowania społecznego na różnych poziomach. Otwierający te rozważania tekst Zoi Nowożenowej i Aleksandry Klimkiewicz dotyczy analizy struktury semantycznej słowa „Sputnik” i jego potencjału perswazyjnego. Analiza funkcjonowania słowa w różnych dyskursach pozwala ujawnić transformacje semantyczne słowa, które prowadzą do uzyskania przez nie statusu globalizmu. Autorki szczególną uwagę zwracają na konotacje pragmatyczne: specyfikę znaczenia, rodzaj kontekstu, sytuacje komunikacyjne, przyczyny wykorzystania pragmatycznego znaczenia słowa. Jelena Marinowa poddaje analizie aspekty oddziaływania poszczególnych neologizmów autorskich powstałych na podstawie leksyki informatycznej. Takie

<sup>2</sup> S. Payne, J. Payne, *Jak być dobrym menedżerem. Zestaw wskazówek*, Kraków 2009, s. 124.

<sup>3</sup> Patrz: I. Kurcz, *Psychologia języka i komunikacji*, Warszawa 2000, s. 20; Z. Zaleska, *Perswazja w języku polityki*, „Dialogi Polityczne” 2008, nr 9, s. 256–257.

neologizmy – jak przekonuje autorka – są tworzone w celu nazywania fikcyjnej rzeczywistości w wyimaginowanym świecie przyszłości (dystopia, *science fiction*) lub służą jako środki oceny (zwykle pejoratywnej) teraźniejszych rzeczywistości (nowy realizm, realizm mistyczny). Ponadto przedmiotem takiej oceny często jest współczesny użytkownik Internetu. Osobliwy efekt autorskich neologizmów opisywanych w tekście autorka tłumaczy różnymi czynnikami: nowością samej bazy derywacyjnej, wykorzystywaniem gry językowej, pojęciowej itp. Agnieszka Kurzyńska skupia się na badaniach sposobów perswazji występujących w wybranych popularnych polskich blogach o treściach związanych z rodzicielstwem oraz na konsekwencjach jego wpływu na kreowanie wizerunku współczesnych rodziców. Przedmiotem badań Tatiany Popowej jest specyfika oddziaływania słownego w popularnym programie *Partenon*, który jest wideoblogiem łączącym ustną formę komunikacji z pisemnymi komentarzami. Autorka zauważa warunkowość stosowanego charakteru metatekstu i wyboru rodzaju komunikacji ustnej. Połączenie tekstu ustnego i komentarza pisemnego w wideoblogu *Partenon* – jak przekonuje autorka – wzmacnia aktywność refleksyjną widzów, co pozwala im samodzielnie analizować treści i wnioskować. Artykuł autorstwa Oksany Kowtun dotyczy aktualizacji środków gramatycznych i językowych w procesie modelowania znaczeń aksjologicznych na przykładzie języka rosyjskiego i angielskiego. Autorka dowodzi, że czas przeszły pozwala bardziej konsekwentnie reprezentować pozytywne znaczenia, ponieważ to, czego już doświadczyliśmy, jest postrzegane bardziej pozytywnie niż to, co się dzieje lub powinno się wydarzyć. Obserwuje osobliwą interakcję wielu operacji myślowych, reprezentowanych w języku przez system kategorii leksykalnych i gramatycznych słów wyrażających wartościowanie. Wśród przykładów podaje pojęcie ilościowości realizowane w języku, w szczególności przez gramatyczną kategorię liczby, które staje się podstawą do modelowania znaczeń aksjologicznych ze względu na wzajemne połączenie ilości i jakości.

Rozdział drugi niniejszego tomu jest poświęcony specyfice oddziaływania językowego w dyskursie politycznym. Rozważania na tej płaszczyźnie otwiera tekst Marcina Krawczaka, Aleksandry Wróbel i Macieja Laskowskiego, którzy rozpatrują politykę jako jedną z ważniejszych dziedzin życia społecznego, wywierającą ogromny wpływ na konceptualizację przywództwa i wartości przekazywane potencjalnym zwolennikom. Autorzy przedstawiają w tekście zarys narodzin retorycznego dyskursu politycznego jako jednej z form demokracji ateńskiej, podkreślając nierozłączność aktywności politycznej i retorycznej, która według nich jest kluczowa dla zrozumienia funkcjonowania powstających struktur publicznych kształtowanych przez spektakle deklamacyjne. Kamil Olender analizuje strategie komunikacyjne o charakterze perswazyjnym w wypowiedziach politycznych. Jako materiał badawczy autor wybrał wystąpienia wicepremiera, lidera Prawa i Sprawiedliwości Jarosława Kaczyńskiego,

wyłoszone 27 października 2020 r. podczas szczytu ogólnopolskich jesiennych demonstracji Strajku Kobiet. Tematykę wystąpień liderów politycznych kontuuje Kristine Grigoryan, która zwraca uwagę na to, że metafora pojęciowa odgrywa ważną rolę w ludzkim myśleniu i tworzeniu rzeczywistości społecznej, kulturowej i psychologicznej. To właśnie metafora pojęciowa pomaga zrozumieć stosunkowo abstrakcyjną koncepcję przez pryzmat koncepcji uszczegółowionej. W swoim tekście badaczka stosuje teorię metafory pojęciowej do szczegółowej analizy metafor wojny i teatru w trzech debatach prezydenckich Donalda Trumpa i Hillary Clinton.

W trzecim rozdziale oddano przestrzeń rozważaniom związanym z dyskursem reklamowym. Julia Alunina skupia się na badaniu mocy perswazyjnej w anglicyzmach stosowanych w rosyjskich blogach modowych. Według Autorki perswazyjna funkcja anglicyzmów nie jest wyłącznie funkcją językową, lecz także socjolingwistyczną, ponieważ użytkownicy języka celowo używają angielskich zapożyczeń, aby osiągnąć swój cel w komunikacji. W optyce badań Ludmiły Babinej znalazł się potencjał sugestywny w tekstach reklamy społecznej. Jak wiadomo, głównymi celami reklamy społecznej są wpływ na światopogląd odbiorcy społecznego, ewentualna zmiana jego opinii, przekonań i postaw społecznych. Autorka stawia tezę, że proces kognitywny odpowiedzialny za tworzenie tekstu reklamy społecznej jest interpretacją dyskursu, a informacje zawarte w tekście reklamy społecznej w wyniku interakcji jednostek werbalnych i wizualnych stają się środkiem sugestii lub wpływu manipulacyjnego. Wanda Stec omawia cechy oddziaływania językowego w dyskursie reklamowym związanym z popularnym społecznie zdrowym stylem życia, który znalazł odzwierciedlenie w reklamie i nazewnictwie produktów zawierających różnego rodzaju substancje pochodzenia roślinnego. W tekście autorka przedstawia obserwacje związane z nomenklaturą botaniczną, koncentrując się na zagadnieniu prawdy i manipulacji stosowanych w komunikatach reklamowych i nazwach produktów funkcjonujących w polskiej i rosyjskiej przestrzeni internetowej. Olga Lesicka poszukuje odpowiedzi na pytanie: Czy metafora stosowana w tekstach ekonomicznych pomaga w przedstawianiu pojęć specjalistycznych czy jest formą oddziaływania językowego w komunikacji? Autorka uważa, że metafora skutecznie pełni funkcję poznawczą i pomaga odbiorcy w interpretacji i zrozumieniu złożonych pojęć. Mechanizm rozumienia metafory jako znaku werbalnego, według autorki, jest stosowany na trzech poziomach: składniowym, semantycznym i pragmatycznym, co pomaga dostrzec dodatkowe funkcje metafory, takie jak funkcja perswazyjna.

Rozdział czwarty poświęcono badaniom nad dyskursem naukowym. Tatiana Kosmeda podejmuje rozważania nad problematyką modelowania pseudoinformacji w naukowym dyskursie lingwistycznym. Autorka pisze: „lingwistyka kłamstwa jako kierunek współczesnego językoznawstwa rozwija się aktywnie, stopniowo zwiększając liczbę problematycznych zagadnień i tworząc pewne

obszary wspólne z innymi nowoczesnymi kierunkami językowymi, odzwierciedlając zasadę intersubiektywności, stwarzając tym samym możliwość zdobycia nowej wiedzy opartej na ich synkretyzmie. Pojęcia „pseudo” i „quasi” przeniknęły terminologię lingwistyczną wprost i pośrednio, świadcząc o tym, że zasada naukowa opiera się na opozycji między prawdą a kłamstwem. Lingwistyka kłamstwa tworzy metajęzyk oparty na uwzględnianiu ustalonych (stałych) terminów i neologizmów opracowanych przez kompilatorów słowników objaśniających do opisu systemu manipulców”. Techniki manipulacyjne tworzone są w celu zniekształcenia pierwotnego znaczenia, modelowania nieprawdy, niezbędnych (najczęściej negatywnych) ocen, przy użyciu systemu technik gry językowej i aktualizacji opracowanych manipulców. Z kolei Tatiana Pietrowa skupia uwagę na krytycznym potencjale recenzji słownika terminologicznego jako formie dyskusji naukowej. Podkreśla, że przedmiotem kontrowersji naukowych nie jest po części oryginalny tekst samego słownika, ale recenzja eksperta. Autorka ustala, że pod względem liczby uczestników w procesie recenzowania dominują dialogi naukowe, podczas gdy polilogi naukowe występują rzadko, i postuluje, że teoretyczne i praktyczne zastosowanie wyników otwartej dyskusji nad jakością słownika terminologicznego, usystematyzowanie niedociągnięć w przedstawieniu publikacji, odkryte przez krytyków elementy strukturalne mające na celu poprawę podstawowych teoretycznych i metodologicznych podstaw metaterminografii mogłyby pomóc w opracowaniu niezmiennego modelu nowego typu słownika terminologicznego.

Chciałabym serdecznie podziękować wszystkim Autorom tekstów zamieszczonych w tomie siódmym. Wszystkie techniki perswazyjne przeanalizowane przez Autorów niniejszej monografii mają za zadanie zmianę stanu epistemicznego lub behawioralnego odbiorcy komunikatu. Natomiast nowa konfiguracja przestrzeni komunikacyjnej z uwzględnieniem nowoczesnych narzędzi przekazu informacji implikuje coraz bardziej wyszukane formy wypowiedzi sugestywnej, hipnotyzującej, co otwiera przed nami nowe perspektywy badawcze.

Szerokie spektrum koncepcji, poszukiwań i obserwacji badawczych, a także interdyscyplinarny charakter tej publikacji wymagały od Recenzenta wielkiego nakładu pracy, wnikliwości i cierpliwości. Wyrazy szczególnej wdzięczności kieruję do Profesor Jolanty Lubochy-Kruglik za rzeczowe zaopiniowanie tekstów. Kompetentna ocena Recenzenta, istotne uwagi i sugestie przyczyniły się do ostatecznego kształtu poszczególnych podrozdziałów tej monografii.

Mam nadzieję, że publikacja spotka się z Państwa życzliwym przyjęciem, stając się przyczynkiem, a jednocześnie zachętą do dalszego zgłębiania zagadnień perswazji językowej, zrozumienia mechanizmów, stosowanych strategii i taktyk szeroko pojętego oddziaływania w rozmaitych sferach komunikacyjnych.



*Wśród środków perswazji*

*jednym z najważniejszych jest okazywanie sympatii.*

*Trudno wpływać na kogoś lub przekonywać go do czegoś,*

*jeżeli przedtem nie zgromadzimy wspólnie kapitału sympatii.*

Maurice Bercoff

