

Grażyna Habrajska

NAKŁANIANIE, PERSWAZJA, MANIPULACJA JĘZYKOWA

Słowo jest bodźcem warunkującym ludzkie działanie

(Malinowski 1987: 109)

W drugiej połowie XX w. przedmiotem intensywnych badań językoznawczych, psychologicznych i socjologicznych stała się komunikacja interpersonalna. Dynamiczny rozwój środków masowego przekazu i coraz bardziej świadomy udział wyborców w życiu politycznym sprawiły, że zaczęto wnikliwie analizować mechanizmy wpływania na ludzkie postawy i działania. Trochę zapomniana sztuka retoryki powróciła do łask w nowej formie, jaką narzuciły jej najnowsze osiągnięcia techniki. Zaczęto analizować różne sposoby nakłaniania, perswazji i manipulacji, także językowej. Językowym mechanizmom nakłaniania, perswazji i manipulacji poświęcony jest również ten tekst.

1. Performatywna funkcja języka

Twierdzenie Bronisława Malinowskiego, który uważał, że prymarną funkcją języka jest koordynowanie wspólnego działania ludzi, implikuje jego celowe użycie. Walery Pisarek w sposób prosty określa te cele, pisząc

„Ludzie mówią i piszą [...] po to:

- żeby inni wiedzieli, co zdaniem mówiących i piszących wiedzieć powinni;
- żeby wyrazić, co się mówiącym i piszącym podoba, a czego nie znoś;

- żeby inni myśleli, odczuwali, postępowali i oceniali rzeczywistość tak, jak mówiący i piszący uważają za właściwe;
- żeby utrzymywać kontakt i czuć więź z innymi ludźmi;
- żeby wyrazić lub wywołać przeżycia estetyczne, a czasem też
- żeby wyjaśnić lub skomentować użyte środki językowe. [Pisarek 2002: 15]

Odpowiadają one sześciu funkcjom języka opisanym przez Romana Jakobsona [1960]: przedstawieniowej, ekspresywnej, impresywnej, fatycznej, poetyckiej i metajęzykowej.

Funkcja **przedstawieniowa** (poznawcza, ideacyjna) wiązana jest z prezentowaniem przez mówiących fragmentów realnej rzeczywistości na mocy powiązania znaków językowych z utrwalonymi w pamięci modelami wyobrażeniowymi. Specyficzną odmianą funkcji przedstawieniowej, zawężonej do opisu samego przekazu językowego, jest funkcja **metajęzykowa** [por. Awdiejew 2003; Furdal 1990: 54–55].

Funkcja **ekspresywna** (emotywna) umożliwia wyrażanie emotywnego stosunku mówiącego do przedstawionej rzeczywistości [Jakobson 1989: 82].

Funkcja **impresywna** (konatywna) pojmowana jest jako wpływanie na odbiorcę, „jego sądy, przekonania, wolę” [Polański 1993: 168]. Funkcja **fatyczna**, służąca do inicjowania, kończenia i podtrzymywania komunikacji, poszerza zakres działania funkcji impresywnej [Awdiejew 2003].

Natomiast raczej metafunkcja niż funkcja **poetycka** (estetyczna), skierowana na sposób organizacji komunikatu, realizować może każda z wcześniej wymienionych funkcji, zwracając uwagę na formę przekazu.

Roman Jakobson wskazuje na zależność funkcji mowy od składników aktu komunikacji, co uwidacznia w postaci odpowiadających sobie schematów:

Schemat komunikacji [Jakobson 1989: 81]	Schemat funkcji mowy [Jakobson 1989: 88]
KONTEKST KOMUNIKAT NADAWCA ODBIORCA KONTAKT KOD	POZNAWCZA EMOTYWNA POETYCKA KONATYWNA FATYCZNA METAJĘZYKOWA

Wyróżnione przez R. Jakobsona funkcje języka stanowią uszczegółowienie trzech funkcji mowy, wyróżnionych przez Karla Bùhlera: przedstawieniowej (*Darstellung*) – zorientowanej na rzeczywistość, ekspresywnej (*Ausdruck*) – zorientowanej na nadawcę i impresywnej (*Appel*) – zorientowanej na odbiorcę [Bùhler 1934]. Korzenie wyodrębniania funkcji informacyjnej, emotywniej i nakłaniającej, aczkolwiek nie wiązane wówczas z interakcją,

sięgają starożytności, gdzie miały odpowiadać trzem składnikom psychiki człowieka: rozumowi (lógos), uczuciu (páthos) i woli (éthos) [por. Pisarek 2002: 15].

Karl Bühler zwraca też uwagę na fakt, że mówienie może zastępować działanie. Działanie to jednak rozumie w aspekcie aktów mowy, traktowanych jako akty nadawania znaczenia. Innymi słowy, człowiek mówiąc (stosując akt mowy) aktualizuje język, tym samym nadając słowu znaczenie [por. Pisarkowa 1976]. Mowa tu, rzecz jasna, o innym działaniu niż to, o którym pisze Bronisław Malinowski i do którego nawiązują brytyjscy filozofowie języka, formułując teorię aktów mowy. Prekursor tej teorii, John Austin (1993), mówiąc o **performatywnej** (wykonawczej) mocy języka, traktuje go jako narzędzie służące do zmiany rzeczywistości społecznej. Na przykład wypowiedzenie przyrzeczenia ślubnego, ogłoszenie wyroku sądowego, wypowiedzenie wojny, jak również złożenie obietnicy, sformułowanie prośby czy podziękowania itd. pociąga za sobą określone oczekiwania i działania, ustanawiając tym samym nową rzeczywistość stosunków społecznych, które mogą ulec zmianie tylko przez inne działania językowe, również mające moc wykonawczą. Tego rodzaju wypowiedzenia nazwał J. Austin **aktami performatywnymi** w odróżnieniu od **konstatacji** (zwykłych sądów orzekających). Istotną cechą odróżniającą performatywy od konstatacji jest to, że wypowiedzi performatywne nie podlegają logicznemu kryterium **prawdziwości**, chociaż w pełni sensowne, nie są ani prawdziwe, ani fałszywe. Funkcja logiczna prawdy i fałszu, stosowana z powodzeniem do opisujących rzeczywistość wypowiedzi konstatających, w przypadku performatywów zastąpiona została ich interakcyjną **skutecznością** (*felicity*). Aby performatywy mogły być skuteczne, musi być spełniony warunek **konwencjonalności**, czyli muszą być akceptowane przez ogół mówiących danym językiem jako obowiązujące w **określonych** sytuacjach użycia [Austin 1993: 313–316].

Rozwijając teorię performatywów, po uwzględnieniu intencjonalności mówiącego, która umożliwia stosowanie wypowiedzi konstatających w takiej samej funkcji wykonawczej, jak wykorzystywane są wypowiedzi performatywne, J. Austin wyróżnia w każdym akcie mowy trzy aspekty: lokucyjny, illokucyjny i perlokucyjny.

Lokucja – to czynność **mówienia** o czymś, podczas której odpowiednie jednostki językowe odnoszą się do odpowiednich znaczeń, bez uwzględniania wiedzy o uczestnikach i sytuacji aktu komunikacji. Lokucję, na wzór Austina (1993: 647), możemy opisać w postaci formuły:

(1) *Mówił mi: „przyjdź do mnie wieczorem”, przez ‘przyjdź’ mając na myśli moje przemieszczenie się w określone miejsce, przez ‘do mnie’ wskazanie*

tego miejsca, jako jego miejsca zamieszkania, a przez 'wieczorem' czas spotkania w tym określonym miejscu.

Illokucja – jest czynnością **działania werbalnego** (performancji), które zmienia zastaną rzeczywistość społeczną. Illokucję można ująć w formułę:

(2) *Mówiąc mi: „przyjdź do mnie wieczorem”, zapraszał (prosił, namawiał) mnie, bym do niego przyszła wieczorem, tego dnia, kiedy to mówił.*

Perlokucja – określa natomiast **stopień oddziaływania** czynności mówienia na interlokutora (interlokutorów). Perlokucję możemy zilustrować przykładem ujętym w formułę:

(3) a) *Mówiąc mi: „przyjdź do mnie wieczorem”, przekonał (nakłonił) mnie, bym do niego przyszła wieczorem.*

b) *Mówiąc mi: „przyjdź do mnie wieczorem”, spowodował, że przyszłam do niego wieczorem.*

Aleksy Awdiejew zauważa, że „pomiędzy lokucją i illokucją z jednej strony, a perlokucją z drugiej zachodzi zasadnicza różnica, jeśli chodzi o przynależność do sfery językowej. Zarówno lokucja, jak i illokucja leżą całkowicie w kompetencji języka i ich skuteczność w znacznej mierze zależy od prawidłowości sformułowania odpowiednich wypowiedzi danego języka w oparciu o jego reguły i możliwości semantyczne. Nazwanie perlokucji „czynnością językową” jest więc pewnym nadużyciem terminologicznym. W praktyce skutek oddziaływania językowego zależy nie tyle od prawidłowej organizacji warstwy językowej, ile od pozajęzykowego układu interakcyjnego. Na przykład w warunkach zależności instytucjonalnej: dyrektor – sekretarka formuły typu:

(4) *Czy może pani przepisać ten tekst?*

Niech pani przepisze ten tekst!

Czy zechciałaby pani przepisać ten tekst?

Proszę przepisać ten tekst.

Ten tekst musi być przepisany! itd.

niezależnie od siły illokucyjnej odrębnych wypowiedzi, wynik perlokucyjny będzie ten sam, gdyż wynika nie z formy wypowiedzi, lecz z założonego przez interakcję stosunku ról. Zatem chociaż perlokucja jest wynikiem oddziaływania językowego, sama nie jest częścią języka i nie może być przedmiotem badań wyłącznie w dziedzinie językoznawstwa, ale raczej psychologii społecznej [Awdiejew 2003]. Nie sposób nie zgodzić się z tą

opinią, bowiem o skuteczności wiemy albo z deklaracji odbiorcy, która jest dla nadawcy nieweryfikowalna, nie mamy żadnej możliwości sprawdzenia, czy jest rzeczywiście przekonany, albo z wykonanej czynności, którą (na co zwróciła uwagę E. Laskowska) traktować możemy jako standardowy skutek wypowiedzi, niemniej wykonywanie czynności nie należy do sfery języka. Z pozostałych dwu czynności mowy – lokucji i illokucji – szczególną uwagę kontynuatorów badań J. Austina przyciągała illokucja. Nie ma w tym nic dziwnego, bowiem lokucja, wiążąca formę ze znaczeniem, od dawna stanowiła pole badań językoznawczych i w różnych ujęciach była już opisana, podczas gdy illokucja wydawała się obszarem wiedzy wcześniej nie badanym.

Jednym z głównych kontynuatorów myśli J. Austina był John Searle, który rozwijając koncepcję illokucji, sformułował teorię **aktów mowy**. Założył, że komunikacja językowa składa się z aktów mowy, przy czym:

- aktowi mowy zawsze towarzyszy intencja komunikacyjna,
- zastosowanie aktu mowy wymaga spełnienia określonych warunków, w których zachodzi i respektowania reguł jego wykonania¹.

Na tej podstawie J. Searle odróżnił również akt illokucji (akt mowy) od treści propozycjonalnej (*proposition*) aktu illokucji. Zatem w każdej wypowiedzi możemy wyróżnić wykładniki wskazujące na jej treść propozycjonalną i wykładniki wskazujące na intencję nadawcy (funkcję wypowiedzi, jej moc illokucyjną) [Searle 1980].

Aleksy Awdiejew, analizując wszystkie przedstawione teorie funkcjonowania języka, stwierdza, że występuje również istotna różnica między funkcją przedstawieniową (lokucją) a pozostałymi wyodrębnionymi funkcjami. **Funkcja przedstawieniowa**, zarówno dla nadawcy jak i dla odbiorcy (odbiorców) wypowiedzi danego języka, ma charakter **obiektywny i niezależny**. Tworząc językowy obraz świata, ma jednakową wartość w oczach wszystkich interlokutorów, jeśli należą do tej samej wspólnoty kulturowej. Produkt realizacji funkcji przedstawieniowej może być zarejestrowany w postaci graficznej lub fonicznej i będzie zrozumiały, niezależnie od czasu i miejsca jego prezentacji. Z kolei **funkcje ekspresywna i impresywna** (czynności illokucyjne) mają charakter **subiektywny i zależny**. Stosując je, nadawca wyraża swój jednostkowy, zależny od układu interakcyjnego, w którym przebiega konwersacja, **stosunek** do przedstawianej rzeczywistości. Czynność illokucyjna nie jest rozumiana bez odtworzenia układu interakcyjnego, w którym została zrealizowana i jest zależna od treści przedstawienia lokucyjnego [Awdiejew 2003].

Patrząc na język z komunikacyjnego punktu widzenia M. A. K. Halliday [1973] dokonał jego podziału na trzy poziomy: ideacyjny (przedstawieniowy),

¹ J. Searle porównuje reguły wykonania aktu mowy do reguł gry w szachy lub gry w futbol [Searle 1980: 243].

interakcyjny i tekstowy. Podział ten przejmuję od M. A. K. Hallidaya jako podstawę opisu gramatycznego A. Awdiejew, tworząc polską koncepcję gramatyki komunikacyjnej [Awdiejew 1991]. Twierdzi on, że najważniejszym poziomem w funkcjonowaniu języka, jaki się przejawia w większości jego realizacji, jest poziom **ideacyjny**, którego podstawowym celem jest obrazowanie świata, czyli przekaz informacji o rzeczywistości realnej lub powstającej w wyobrażeniu mówiącego. Na tym poziomie powstają informacje, które J. Searle określał jako *proposition*. Można je wyodrębnić zadając pytanie: *CO nadawca mówi?* Z kolei poziom **interakcyjny**, zawiera komponent określający stosunek mówiącego do świata przedstawionego, a przede wszystkim do osób uczestniczących w komunikacji. Na tym poziomie realizowane są różne intencje pragmatyczne mówiących. Poziom ten charakteryzuje pytanie: *PO CO nadawca mówi?* Wreszcie na trzecim poziomie – **tekstowym** obserwujemy, na ile różnych sposobów wyrazić możemy te same ideacyjne treści. Można je rozpoznać odpowiadając na pytanie: *JAK nadawca mówi?*

Oddzielenie przez J. Searle'a treści propozycjonalnej od intencjonalnej, a przez M. A. K. Hallidaya poziomu ideacyjnego od interakcyjnego pozwala na wyodrębnienie tych struktur językowych, które nie ulegają na poziomie ideacyjnym zwykłej analizie semantycznej, czyli nie mają bezpośredniego odniesienia do obrazu świata przedstawionego. Nie można ich opisać odwołując się do tradycyjnych części mowy, bo występując na innym poziomie języka, wymagają specyficznego dla tegoż poziomu sposobu analizy. Trzeba zgodzić się tu z A. Awdiejewem, który pisze, że jeśli zechcemy rozpatrywać znaczenia wyrażen typu *podobno*, *na szczęście*, *uwagam*, *że* itd. w wypowiedzeniach typu:

- (5) *On, podobno, wyjechał z miasta*
On, na szczęście, wyjechał z miasta
nie wyjechałbyś z miasta? itd.

na takim samym poziomie, jak pozostałe występujące w tych wypowiedziach leksemy, czyli będziemy się zastanawiać, jakie mają „znaczenie”, porównując np. leksem *podobno* z różnymi formami przysłówkowymi (*szybko*, *zielono*), wyrażenie przyimkowe *na szczęście* z podobnymi konstrukcjami przyimkowymi (*na stole*, *na zawsze*), a formę trybu przypuszczającego z intonacją pytającą z innymi formami paradygmatu tego samego czasownika (*wyjechałby*, *wyjechałibyśmy* itp.), to czeka nas całkowite niepowodzenie [Awdiejew 2003]. W gramatyce komunikacyjnej tego rodzaju konstrukcje językowe nazywamy (zgodnie z propozycją A. Awdiejewa) **operatorami interakcyjnymi**. Przekształcają one występujące na poziomie przedstawieniowym wypowiedzenia w odpowiadające założonej strategii konwersacyjnej – **akty**

mowy. Operatory interakcyjne łączą się zazwyczaj w grupy syntaktyczne nie z konkretnymi jednostkami czy grupami jednostek, lecz z **całym wypowiedzeniem** lub nawet większym fragmentem tekstu, odnosząc go jako całość do poziomu interakcyjnego. A. Awdiejew przedstawia ten proces schematycznie:

(6) **Poziom interakcyjny:** *PODOBNO* (akt modalny: prawdopodobieństwo), *NA SZCZĘŚCIE* (akt emotywno-oceniający: zadowolenie), *PRZECIEŻ* (akt perswazyjny) itd.

Poziom ideacyjny: $\setminus$ On $\setminus$ / wyjechał $\setminus$ z miasta

znak $\setminus$ pokazuje możliwą lokalizację składniową tych operatorów:

PODOBNO on wyjechał z miasta.

On NA SZCZĘŚCIE wyjechał z miasta.

PRZECIEŻ on wyjechał z miasta. itd.

1.1. Nakłaniająca funkcja aktów mowy

Z zasygnalizowanych już, nielicznych przykładów widać, że akty mowy mają zróżnicowany charakter. Istnieje wiele klasyfikacji aktów illokucyjnych. Pierwszą zaproponował sam J. Austin. Lepiej znana jest jednak klasyfikacja J. Searle'a, który na podstawie dwunastu jasno sformułowanych kryteriów wyróżnił pięć głównych typów aktów mowy. Przytaczam ten podział za Dorotą Zdunkiewicz [2001: 275–276]:

1. **Asercje** (*assertives*), których celem jest przedstawienie sądów o stanach rzeczy (np. wątpienie, przypuszczenie).

2. **Dyrektywy** (*directives*), których celem jest wywarcie nacisku na odbiorcę, skłonienie go do działania (np. rozkazy, prośby, pozwolenia).

3. **Komisyy** (*commissives*), których celem jest podjęcie przez mówiącego względem adresata zobowiązania do działania i odpowiedzialności za nie (np. obietnice, zobowiązania).

4. **Ekspresywy** (*expressives*), których celem jest wyrażenie stanów psychicznych, emocjonalnych (np. gratulacje, kondolencje).

5. **Deklaratywy** (*declaratives*), których celem jest wywołanie za pomocą pewnych wypowiedzi określonych stanów rzeczy w stosunkach społecznych (np. mianowania, odwołania, ogłoszenia).

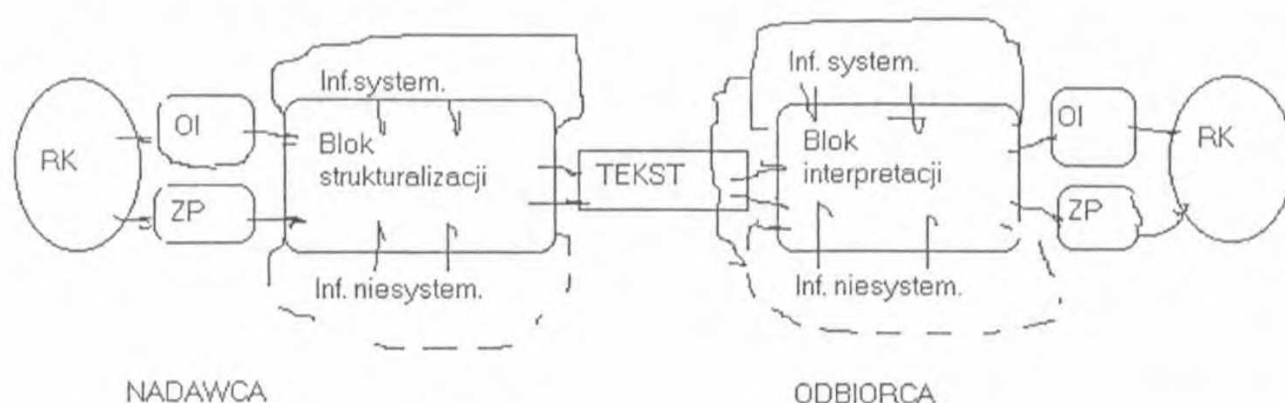
Klasyfikacja Searle'a, jak każda koncepcja naukowa, spotkała się z krytyką, nie będziemy tu jednak relacjonować dyskusji na ten temat ani przytaczać różnych klasyfikacji alternatywnych. Zwrócimy uwagę tylko na dwie z nich, związane z rozwijanymi w ostatnich latach przez polskich językoznawców badaniami opartymi na założeniach kognitywizmu i komunikatywizmu.

Kognitywną klasyfikację aktów mowy zaproponowała Elżbieta Tabakowska [2001: 210]. Wyróżnia ona trzy podstawowe kategorie, a w ich obrębie sześć podkategorii:

Akty mowy					
konstytutywne		informatywne		obligatywne	
ekspresywne	deklaratywne	asertywne	pytania o informacje	dyrektywne	komisywne
<i>dziękować</i> <i>chwalić</i> <i>przepraszać</i> <i>pozdrawiać</i>	<i>nazywać</i> <i>pośłubić</i> <i>skazywać</i> <i>ogłaszać</i>	<i>twierdzić</i> <i>wyrażać</i> <i>opisywać</i> <i>zakładać</i>	<i>pytać</i>	<i>prosić</i> <i>kazać</i> <i>proponować</i> <i>radzić</i>	<i>obiecywać</i> <i>proponować</i>

Podział ten przytaczamy tu tylko jako przykład nadal trwających poszukiwań klasyfikacji aktów mowy adekwatnej do przedstawienia ich funkcjonowania w procesie komunikacji. Nie będziemy zatem w tym miejscu przedstawiać krytycznej analizy zaproponowanej kategoryzacji.

Autorem komunikacyjnej klasyfikacji funkcji pragmatycznych, które realizowane są w postaci aktów mowy, jest A. Awdiejew. Wyprowadza swoją klasyfikację ze struktury procesu komunikacji, który przedstawia w postaci schematu:



Jak widać, schemat obejmuje sfery nadawcy i odbiorcy. Proces interakcyjny poprzedza określenie przez nadawcę intencji komunikacyjnej wyrażonej w postaci reprezentacji kognitywnej (RK), na którą składają się dwie części: obraz ideacyjny (OI) i zamiar pragmatyczny (ZP).

Po uświadomieniu sobie treści intencji komunikacyjnej nadawca przystępuje do jej werbalizacji, czyli wyboru środków strukturalnych danego języka, by utworzyć sekwencję form, którą odbiorca może zinterpretować jako komunikat wytworzony specjalnie dla niego z określonym zamiarem pragmatycznym. W procesie werbalizacji nadawca przekazuje informację systemową (Inf. system.), jak również informację niesystemową (Inf. niesystem.), która jest produktem detrywializacji treści standardowych (standardów semantycznych). Utworzony w ten sposób tekst jest formalną reprezentacją komunikatu, jako zorganizowanego zbioru wszystkich informacji, które nadawca miał zamiar przekazać. Sfera tekstu jest wspólną sferą działania komunikacyjnego nadawcy i odbiorcy. Po zaistnieniu tekstu aktywną rolę zaczyna odgrywać odbiorca, rozpoczynając proces interpretacji. Interpretacja ta polega przede wszystkim na odtworzeniu wszelkich informacji systemowych, zarówno przekazanych *explicite* jak i *założonych*. Następnie, za pomocą inferencji, z wykorzystaniem własnych informacji niesystemowych, odbiorca odtwarza cały obszar informacji ideacyjnych (OI) i ustala zamiar pragmatyczny nadawcy (ZP), rekonstruuje całą jego reprezentację kognitywną (RK). Zakładamy, że odtworzona przez odbiorcę reprezentacja kognitywna nie jest tożsama z reprezentacją kognitywną nadawcy. Zbliżenie tych dwóch obszarów sensu zależy od wielu czynników i można mówić jedynie o ich zbieżności funkcjonalnej. [AH 2003]

A. Awdiejew uważa, że kategoria intencji jest podstawową kategorią w gramatyce interakcyjnej. Intencja nadawcy obejmuje trzy kierunki działania językowego w określonym układzie interakcyjnym, a każdy z tych kierunków realizuje w sposób specyficzny trzy typy funkcji pragmatycznych: modalne, emotywno-oceniające i działania (patrz Awdiejew 1987: 107–133, Grabias 1994: 254–275). Charakteryzuje je w sposób następujący:

Realizacja funkcji modalnych zakłada zaproponowanie przez nadawcę układu wspólnego sądu modalnego, czyli wspólnego ustalenia prawdopodobieństwa zaistnienia przedstawionych stanów rzeczy. Wspólne poszukiwanie sądu modalnego w stosunku do treści ideacyjnej wynika z rozszerzonej zasady kooperacji H. P. Grice'a, gdyż ustalenie sądu modalnego jest niezbędne dla dalszego planowania wspólnego działania w warunkach, kiedy weryfikacja przedstawionego stanu rzeczy nie jest możliwa. Zarówno pytanie, jak i różne inne funkcje modalne (przypuszczenie, pewność, wątpliwość, wykluczenie itd.), pozwalają na negocjację modalną i wybór odpowiedniego stopnia pewności. Każda z funkcji modalnych może być potraktowana jako ukryte pytanie, które z punktu widzenia odbiorcy wymaga odpowiedzi. Intencją pragmatyczną jest w tym przypadku zaproponowanie przez nadawcę takiego stopnia pewności, do którego wiarygodności jest przekonany na podstawie innych asumptów, niż możliwa bezpośrednia weryfikacja. Jej wyrażenie za pomocą różnych operatorów modalnych na mocy zasady

kooperacji tworzy zobowiązanie odpowiedzi odbiorcy na pytanie pragmatyczne lub akceptacji zaproponowanego sądu modalnego.

Funkcje emotywno-oceniające mają za zadanie wyrażenie subiektywnego stosunku mówiącego do przedstawionego w warstwie ideacyjnej stanu rzeczy. I tu znów rozszerzona zasada kooperacji zakłada dążenie do określonej solidarności uczuć między nadawcą i odbiorcą. Jeśli w wyniku rozbieżności postaw aksjologicznych taka solidarność nie może być osiągnięta, zasada kooperacji wymaga maskowania własnych postaw i strategiczne wycofywanie się ze współpracy, gdyż niemożność osiągnięcia zbliżonej bazy aksjologicznej uniemożliwia dalsze wspólne działania. Intencja wyrażenia stosunku emotywnego zakłada również możliwość negocjacji postaw, której celem byłoby osiągnięcie porozumienia aksjologicznego, w tym przypadku interlokutorzy mają na mocy kooperacji zobowiązanie osiągnięcia takiego porozumienia.

Funkcje działania mają na celu powstanie zobowiązania wykonawczego między nadawcą i odbiorcą w stosunku do realizacji określonej akcji, która jest korzystna dla nadawcy, odbiorcy lub wszystkich interlokutorów. Warunek korzyści jest jednym z elementów typologicznych, pozwalających na rozróżnienie różnego rodzaju funkcji, gdyż dotyczy nadawcy, odbiorcy lub osób związanych z nadawcą lub odbiorcą. [Awdiejew 2003; por. też Awdiejew 1987: 91–130]

Jeśli przyjmiemy klasyfikację zaproponowaną przez A. Awdiejewa, to równocześnie uznać musimy, że działania językowe realizujące którąkolwiek z wyżej wymienionych funkcji mają charakter **nakłaniający** odbiorcę odpowiednio do podjęcia negocjacji lub akceptacji sądu modalnego, przyjęcia proponowanej postawy aksjologicznej czy też wykonania oczekiwanego przez nadawcę działania.

1.2. Operatory interakcyjne

Operatory interakcyjne, realizujące poszczególne funkcje pragmatyczne, mogą mieć różną postać formalną. Występują w postaci

- afiksów (np. *-by*, *-że*, *-no* itd.), np.:
Ona nie zrobiłaby tego (wątpliwość)
Chodźże! (ponaglenie) itd.
- leksemów (pol. *chyba*, *super!*, *wyjdź!* itd.), np.
Chyba wyjechała (przypuszczenie)
A: *Jak było na wczasach?* B: *Super!* (zachwyt) itd.
- całych fraz (pol. *Jak babcię kocham!*, *A niech cię!*, *Ani mi się waź!* *A idźże ty!* itd.), np.:
A: *Jesteś tego pewien?* B: *Jak babcię kocham!* (pewność)
A: *Dostałam tę pracę.* B: *A niech cię!* (zdumienie) itd.
- intonacja pytania (*Możesz podejść?* *Idziesz?* itd.), np.:
Możesz podejść? (prośba)
Idziesz?! (żądanie) itd.

Rolę operatorów interakcyjnych pełnią także w sposób wtórny nacechowane jednostki leksykalne o charakterze przedstawieniowym, np. rzeczowniki: *cymbał, osioł, kurdupel* itd., czasowniki *zapieprzyć, zwiać* itd., przymiotniki *upierdliwy, ubzdryngolony* itd. Takie operatory A. Awdiejew nazywa operatorami hybrydowymi, które funkcjonują równocześnie na poziomie ideacyjnym, gdzie tworzą obraz fragmentu świata i na poziomie interakcyjnym, gdzie wprowadzają akty mowy emotywno-oceniające o różnych odcieniach sensu.

Wszystkie jednostki, które przekształcają wypowiedzenia ideacyjne w akty mowy na poziomie interakcyjnym tworzą odrębną klasę operatorów interakcyjnych.

1.2.1. Operatory modalne (OP_{MOD})

Operatory modalne wykorzystywane są w realizacji strategii informacyjno-weryfikacyjnej². Jak wszystkie operatory, mają charakter skalarny: od pewności do słabego przypuszczenia i od słabej wątpliwości do wykluczenia, przy czym pewność i wykluczenie nie ulegają stopniowaniu. Standardową treść pragmatyczną, którą wprowadzają operatory modalne, można przedstawić w postaci formuły:

(7) Używając OP_{MOD} Nadawca wyraża swój stopień pewności co do zaistnienia p .

Operatory pewności wskazują na najbliższą asercji możliwość zaistnienia przedstawionego w propozycji ($p = proposition$) stanu rzeczy. Realizują strukturę:

(8) Nadawca **jest pewien**, że zaistniało (p).

Modalnymi operatorami pewności są między innymi: *jestem pewien, że / jestem przekonany, że / na pewno / z pewnością / nie ulega wątpliwości, że / mówię ci, że / daję słowo, że / jak możesz wątpić, że nie / Jak tu stoje! Jak Boga kocham!* itd., np. gdy $p = wyjechał z miasta$:

Na pewno wyjechał z miasta.

Jak możesz wątpić, że wyjechał z miasta.

N: *Wyjechał z miasta?* O: *Jak tu stoje!* itd.

Z kolei operatory wykluczenia wskazują na najbliższy asercji brak możliwości zaistnienia przedstawionego w propozycji stanu rzeczy. Realizują strukturę:

² Zob. artykuł A. Awdiejewa w tym tomie lub Awdiejew 1991.

(9) Nadawca **wyklucza**, że zaistniało (p) = Nadawca **jest pewien**, że **nie** zaistniało (p).

Modalnymi operatorami wykluczenia są m.in.: *wykluczone, żeby / jestem pewien, że nie / jestem przekonany, że nie / na pewno nie / z pewnością nie / nie ulega wątpliwości, że nie / mówię ci, że nie / daję słowo, że nie / jak możesz sądzić że / Co ty!, Ależ skąd!, Eee tam!* itd., np. gdy p = *wyjechał z miasta*:

Jestem przekonany, że nie wyjechał z miasta.

Jak możesz sądzić, że wyjechał z miasta.

N: *Wyjechał z miasta.* O: *Co ty!* itd.

Operatory przypuszczenia wskazują na różny stopień prawdopodobieństwa zaistnienia przedstawionego w propozycji stanu rzeczy. Realizują strukturę:

(10) Nadawca **przypuszcza**, że zaistniało (p)

Najbliższy pewności wydaje się operator *sądzę, że*:

Sądzę, że (p = *wyjechał z miasta*)

Na coraz mniejszy stopień prawdopodobieństwa wskazywałyby operatory:

przypuszczam, że (p = *wyjechał z miasta*)

wydaje mi się, że (p = *wyjechał z miasta*)

prawdopodobnie (p = *wyjechał z miasta*)

chyba (p = *wyjechał z miasta*)

może (p = *wyjechał z miasta*)

możliwe, że (p = *wyjechał z miasta*)

Ich moc spada, aż do najslabszego prawdopodobieństwa, na granicy z wątpliwością, gdzie będą operatory:

można przypuszczać, że (p = *wyjechał z miasta*)

przypuszczalnie (p = *wyjechał z miasta*) itd.

Operatory wątpliwości wskazują na różny stopień prawdopodobieństwa niezaisnienia przedstawionego w propozycji stanu rzeczy. Realizują strukturę:

(11) Nadawca **wątpi**, że (p) = Nadawca **przypuszcza**, że **nie** zaistniało (p)

Najbliższy wątpliwości wydaje się, analogicznie do pewności, operator *sądzę, że nie*:

Sądzę, że nie (p = *wyjechał z miasta*)

Wątpię, czy (p = *wyjechał z miasta*)

Na coraz słabszą wątpliwość wskazywałyby operatory:

Wątpliwe, żeby ($p = \text{wyjechał z miasta}$)

czy to możliwe, żeby ($p = \text{wyjechał z miasta}$) itd.

1.2.2. Operatory emotywno-oceniające (OP_{E-O})

Operatory emotywno-oceniające wykorzystywane są w realizacji strategii aksjologiczno-emotywnych³. Standardową treść pragmatyczną, którą wprowadzają te operatory można przedstawić w postaci formuły (F_{PRAG}):

(12) Używając OP_{E-O} Nadawca wyraża swoją ocenę lub swoje emocje, co do zaistnienia p .

Operatory te również mają charakter skalarny, wskazując na różny stopień natężenia emocji. Ich klasyfikacja wewnętrzna jest bardzo skomplikowana. Na podstawie kryteriów zaproponowanych przez A. Awdiejewa [2003], do których należą:

- Jakość standardowej oceny sytuacji S (+, -)
- Wartość powstałej sytuacji S (korzystna/niekorzystna dla JA, korzystna/niekorzystna dla TY, korzystna/niekorzystna dla ON)
- Sprawcę powstałej sytuacji (AG_s) – (JA, TY, ON, ? – sprawca nieokreślony)
- Jakość wyrażonej emocji względem powstałej sytuacji (+, -)
- Kierunek wyrażonej emocji (JA, TY, ON, ?)

wyróżnić można ponad dwadzieścia różnych grup operatorów. Oto kilka przykładów:

(13) A: *Nie zdałem*. B: *O mój Boże!*

- Jakość standardowej oceny sytuacji (-)

S: *niezdanie egzaminu* → *ocena: to źle*

- Wartość powstałej sytuacji S (niekorzystna dla TY)

S: *A nie zdał egzaminu* → *ocena: niekorzystna dla A*

- Sprawca powstałej sytuacji (TY)

S: *A nie zdał egzaminu* → AG_s : A

- Jakość wyrażonej emocji (zawsze osoby wyrażającej emocję tu: B) względem powstałej sytuacji (-)

S: *A nie zdał egzaminu* → *emocja B: to źle*

- Kierunek wyrażonej emocji (TY)

S: *A nie zdał egzaminu* → *kierunek emocji B: do A – B solidaryzuje się z emocją A*

F_{PRAG} : Używając OP_{E-O} : *O mój Boże!* Nadawca (B) wyraża swoje *współczucie* względem Odbiorcy (A), z powodu p : *niezdania egzaminu przez Odbiorcę*.

³ Zob. artykuł A. Awdiejewa w tym tomie lub Awdiejew 1991.

(14) A: *Zdałem. B: Głupi ma zawsze szczęście!*

a. Jakość standardowej oceny sytuacji (+)

S: *zdanie egzaminu* → *ocena: to dobrze*

b. Wartość powstałej sytuacji S (korzystna dla TY)

S: *A zdał egzamin* → *ocena: korzystna dla A*

c. Sprawca powstałej sytuacji (TY)

S: *A zdał egzamin* → $AG_S: A$

d. Jakość wyrażonej emocji (zawsze osoby wyrażającej emocję tu: B) względem powstałej sytuacji (-)

S: *A nie zdał egzaminu* → *emocja B: to źle*

e. Kierunek wyrażonej emocji (TY)

S: *A zdał egzamin* → *kierunek emocji B: do A – B nie solidaryzuje się z emocją A*

F_{PRAG}: Używając OP_{E-O}: *Głupi ma zawsze szczęście!* Nadawca (B) wyraża *zawiść* względem Odbiorcy (A), z powodu p: *zdania egzaminu przez Odbiorcę.*

(15) A: *No i co? Zdałeś? B: Szlag by to trafil!*

a. Jakość standardowej oceny sytuacji (-)

S: *nie zdał egzaminu* → *ocena: to źle*

b. Wartość powstałej sytuacji S (niekorzystna dla JA)

S: *B nie zdał egzaminu* → *ocena: niekorzystna dla B*

c. Sprawca powstałej sytuacji (JA)

S: *B nie zdał egzaminu* → $AG_S: B$

d. Jakość wyrażonej emocji (zawsze osoby wyrażającej emocję tu: B) względem powstałej sytuacji (-)

S: *B nie zdał egzaminu* → *emocja B: to źle*

e. Kierunek wyrażonej emocji (?)

S: *B nie zdał egzaminu* → *kierunek emocji B: do B – B wyraża emocję względem zaistniałej sytuacji*

F_{PRAG}: Używając OP_{E-O}: *Szlag by to trafil!* Nadawca (B) wyraża *wściekłość*, z powodu p: *niezdania przez siebie egzaminu*

(16) A: *No i co? Zdałeś? B: A jak!*

a. Jakość standardowej oceny sytuacji (+)

S: *zdał egzamin* → *ocena: to dobrze*

b. Wartość powstałej sytuacji S (korzystna dla JA)

S: *B zdał egzamin* → *ocena: korzystna dla B*

c. Sprawca powstałej sytuacji (JA)

S: *B zdał egzamin* → $AG_S: B$

d. Jakość wyrażonej emocji (zawsze osoby wyrażającej emocję tu: B) względem powstałej sytuacji (+)

S: *B zdał egzamin* → *emocja B: to dobrze*

e. Kierunek wyrażonej emocji (JA)

S: *B zdał egzamin* → *kierunek emocji B: do B – B wyraża emocję względem siebie*

F_{PRAG}: Używając OP_{E-O}: *A jak!* Nadawca (B) wyraża *radość*, z powodu p: *zdania przez siebie egzaminu.*

(17) A: *Janek nie zdał egzaminu. B: A nie mówiłem!*

a. Jakość standardowej oceny sytuacji (-)

S: *nie zdał egzaminu* → *ocena: to źle*

b. Wartość powstałej sytuacji S (niekorzystna dla ON)

S: *Janek nie zdał egzaminu* → *ocena: niekorzystna dla Janka*

c. Sprawca powstałej sytuacji (ON)

S: *Janek nie zdał egzaminu* → *AG_s: Janek*

d. Jakość wyrażonej emocji (zawsze osoby wyrażającej emocję tu: B) względem powstałej sytuacji (+)

S: *Janek nie zdał egzaminu* → *emocja: to dobrze – cieszę się z tego*

e. Kierunek wyrażonej emocji (ON)

S: *Janek nie zdał egzaminu* → *kierunek emocji: Janek*

F_{PRAG}: Używając OP_{E-O}: *A nie mówilem!* Nadawca (B) wyraża swoją *satisfakcję* w rozmowie z Odbiorcą (A), z powodu *p: niezdania egzaminu przez Janka*.

1.2.3. Operatory działania (OP_{DZ})

Operatory działania wykorzystywane są w realizacji strategii behawioralnych⁴. Standardową treść pragmatyczną, którą wprowadzają można przedstawić w postaci formuły:

(18) Używając OP_{DZ} Nadawca wyraża swoją wolę co do zaistnienia *p*

Skalarność operatorów działania w warunkach równości ról interlokutorów związana jest ze stosowaniem się do reguł grzeczności i taktu. Na podstawie kryteriów, również zaproponowanych przez A. Awdiejewa [2003], takich jak:

- korzyść, jaką osiąga każdy z interlokutorów w przypadku skutecznego przeprowadzenia strategii oraz w wyniku realizacji zaproponowanego działania,
- typowanie wykonawcy danego działania,
- możliwość zastosowania różnego typu sankcji w przypadku odmowy przed odbiorcą wykonania zaproponowanego działania, można operatory działania podzielić na trzy grupy w zależności od realizowanej funkcji: operatory nakłaniania, operatory gotowości i operatory rozstrzygania.

1.2.3.1. Operatory realizujące funkcję nakłaniania

Uwzględniając wymienione kryteria, operatory realizujące funkcję nakłaniania dzieli A. Awdiejew na propozycje, prośby i żądania.

Propozycje wskazują na obopólną korzyść, jaką przyniesie wykonanie proponowanego działania dla interlokutorów, jeśli wspólnie je wykonają. Możliwość stosowania sankcji jest w tym przypadku wyzerowana. Należą tu takie konstrukcje językowe, jak:

(19) *Może pójdziemy do kina?*

Co powiesz na kolację w restauracji? itd.

⁴ Zob. artykuł A. Awdiejewa w tym tomie lub Awdiejew 1991.

Często propozycje występują w postaci ukrytych aktów mowy, np.

- (20) *Kupiłem piękny obraz* (Imp.⁵: odwiedź mnie)
Ta wycieczka do Włoch jest naprawdę bardzo tania (Imp.: jedź ze mną) itd.

Prośby wskazują na korzyść nadawcy, jaką przyniesie mu wykonanie działania przez odbiorcę. Możliwość stosowania sankcji jest ograniczona do sfery moralnej (przykrości, jaką niewykonanie działania sprawi nadawcy itp.). Należą tu takie konstrukcje językowe, jak:

- (21) *Czy mógłbyś mi pożyczyć tę książkę?* (↔ pożycz mi)
Bardzo cię proszę, pomóż mi wnieść te torby
Mogę prosić o cukier? (↔ podaj mi) itd.

Jest to najliczniej reprezentowana i najbardziej bogata w wykładniki grupa operatorów działania, bowiem najsukuteczniej możemy osiągać dla siebie określone korzyści, stosując formuły prośby.

Żądania również wskazują na korzyść nadawcy, jaką przyniesie mu wykonanie działania przez odbiorcę, ale odbiorca zobligowany jest do jego wykonania pod groźbą możliwości zastosowania sankcji materialnych (np. zwolnienie z pracy, zapłacenie kary itp.). Należą tu takie konstrukcje językowe jak:

- (22) *Niech pan przygotowuje materiały na jutro*
Zanieś te książki do piwnicy (użycie gramatycznego trybu rozkazującego)

także w formie ukrytych aktów mowy:

- (23) *Chcę zostać sama* (Imp. wyjdź)
Duszno tu! (Imp. otwórz okno!) itd.

Z kolei ta grupa operatorów ma najwięcej konstrukcji skonwencjonalizowanych w postaci różnorodnych nakazów i zakazów, np.

- (24) *Wstęp wzbroniony*
Palenie zabronione
Nie otwierać itd.

⁵ Imp. – implikatura.

1.2.3.2. Operatory realizujące funkcję gotowości

Operatory realizujące funkcję gotowości to przede wszystkim obietnice, zobowiązania i zakłady.

Obietnice wskazują na korzyść odbiorcy, jaką przyniesie mu wykonanie działania, do którego zobowiązuje się nadawca. Odbiorca ma wówczas prawo oczekiwać wykonania tegoż działania, a w przypadku gdy ono nie nastąpi, może zastosować wobec nadawcy sankcje moralne (np. obrazić się, zerwać kontakty itp.). Należą tu takie konstrukcje językowe, jak:

(25) *Przyjdę do ciebie wieczorem*

Obiecuje, że jutro już na pewno przyniosę ci tę książkę itd.

Zobowiązanie jest oficjalną odmianą obietnicy, często wymuszonej warunkami zewnętrznymi. Postać sformalizowaną mają wzajemne zobowiązania, które występują jako różnego rodzaju umowy (np. umowa o pracę, zawarcie związku małżeńskiego itd.). Odstąpienie od umowy może pociągać za sobą sankcje prawne.

Z kolei zakłady wskazują na korzyść albo odbiorcy albo nadawcy, jaką przyniesie jednemu z nich wykonanie działania przez kogoś trzeciego. Możliwość stosowania sankcji jest tu wyzerowana. Należą tu takie konstrukcje językowe, jak:

(26) *Stawiam na Wisłę*

Zalóżę się, że wygra Legia itp.

1.2.3.3. Operatory realizujące funkcję rozstrzygnięcia

Do tej grupy przede wszystkim należą rady i ostrzeżenia. W obu przypadkach przewidywane sankcje są zewnętrzne, niezależne od osoby udzielającej rady lub ostrzeżenia.

Rady wskazują na korzyść odbiorcy, jaką przyniesie mu wykonanie lub niewykonanie działania, którego wykonawcą ma być on sam. Należą tu takie konstrukcje językowe jak:

(27) *Lepiej poszedłbyś na spacer*

Ja na twoim miejscu wyjechałbym z miasta

Jak ty możesz to znosić itd.

Ostrzeżenia wskazują na zagrożenie odbiorcy, jakie przyniesie mu wykonanie lub niewykonanie działania, którego wykonawcą ma być on sam. Należą tu takie konstrukcje językowe, jak:

- (28) *Będziesz żałował, że nie wyjechałeś*
Napisz to podanie, póki czas (tryb rozkazujący + *póki czas*)
Możesz jeszcze się wycofać (w całości) itd.

Wszystkie zachowania interakcyjne funkcjonują w języku również w postaci skonwencjonalizowanej jako reklamy, ogłoszenia, podania, rozporządzenia, orzeczenia sądowe, porady, przepisy itd. Czekają one jeszcze na szczegółowe zbadanie.

Propozycję połączenia koncepcji aktów mowy (Austina i Searle'a) z koncepcją A. Awdiejewa przedstawiła Elżbieta Laskowska [2003]. Zaproponowane przez nią zestawienie stanowi załącznik do moich rozważań.

2. Perswazja⁶

Pojęcie perswazji znane jest w retoryce od starożytności i wiąże się z nakłanianiem, namawianiem, przekonywaniem, radzeniem itd. Mirosław Korolko pisze:

Przedmiotem perswazji może być każda sprawa podlegająca wartościowaniu intelektualnemu, etycznemu lub emocjonalnemu. Perswazja jest postępowaniem wartościującym, będącym wynikiem wielorako uwarunkowanych aksjomatów, norm, wzorców, ocen prawdy, dobra i piękna. [...] W perswazji prawda jest wartością, zaś jej przyjęcie wymaga świadomego i dobrowolnego wyboru między jedną a drugą wartością [wartością wyznawaną przez perswadującego i wartością wyznawaną przez osobę, w stosunku do której jest stosowana perswazja, przyp. mój – G. H.]; przeciwieństwo bowiem jednej wartości nie przestaje być inną wartością. Sądy o wartościach wyrażają osobistą postawę autora sądu (perswadującego) wobec przedmiotu, którego sąd dotyczy. [Korolko 1998, 33]

Zgadza się z M. Korolką co do przedmiotu perswazji, zawartego w niej subiektywnego wartościowania i świadomego, dobrowolnego wyboru osoby, w stosunku do której jest stosowana,

przyjmujemy, że **perswazja** jest to uświadomione przez obserwatora działanie werbalne nadawcy, dążące do zmiany postawy odbiorcy.

⁶ Zawarte tu rozważania na temat perswazji wypracowane zostały w zespole naukowym pracującym w składzie: Aleksy Awdiejew, Grażyna Habrajska, Elżbieta Laskowska, który przygotowuje książkę pt. *Teoria perswazji w komunikacji społecznej*.

Nadawca, decydując się na zastosowanie wypowiedzi perswazyjnej, zakłada nieodpowiedniość między układem informacyjnym lub układem aksjologicznym odbiorcy a treścią wypowiedzi. Wykorzystuje wówczas tzw. teorię zgodności, opierającą się na założeniu, że „proces perswazji możliwy jest dzięki dążeniu jednostki do osiągania i utrzymywania pewnego stanu wewnętrznej spójności elementów poznawczych” oraz tzw. teorię dysonansu poznawczego – sprzeczności między zachowaniem a poglądami jednostki [Szymanek 2001: 229]. Innymi słowy nie możemy zamknąć naszego układu informacyjnego bez dokonania operacji adaptacyjnych do treści wypowiedzi interlokutora, nie możemy też utrzymać spójności naszego układu aksjologicznego bez ustosunkowania się do opinii wyrażonej w wypowiedzi interlokutora. Kiedy rozpoznamy tę nieodpowiedniość, powstaje pytanie o cel wypowiedzi.

2.1. Cele perswazji

2.1.1. Cele społeczne perswazji

Perswazja jest jednym z najistotniejszych elementów integracji społecznej. Poprzez stosowanie dyskursu pedagogicznego, duszpasterskiego, politycznego, reklamę itp. możliwe jest kształtowanie takiej postawy odbiorcy, która pozwoli mu na funkcjonowanie w określonej grupie. Perswazja stosowana jest zatem w takich procesach, jak:

1) socjalizacja jednostki, która umożliwia dostosowanie do życia w określonej grupie, a realizowana jest przede wszystkim w dyskursie pedagogicznym (w rodzinie, szkole, grupie rówieśniczej), w pewnym zakresie także w dyskursie duszpasterskim i politycznym,

2) przyswajanie kultury własnego narodu i poznawanie obcych kultur, które odbywa się również głównie poprzez dyskurs pedagogiczny (rodzina, szkoła), ale w znacznym zakresie także duszpasterski,

3) przyswajanie ideałów moralnych w dyskursie pedagogicznym (rodzina, grupa rówieśnicza) i duszpasterskim,

4) organizacja społeczeństwa, kształtowana w dyskursie politycznym,

5) rozwój ekonomiczny, kształtowany w dyskursie politycznym i poprzez reklamę itd.

Każda z tych dziedzin dyskursu ma swe własne cele, które mogą, ale nie muszą pokrywać się ze sobą.

2.1.2. Cele dyskursu perswazyjnego

Działanie perswazyjne ma za zadanie doprowadzić w pierwszej fazie do zmiany postawy grupy perswazyjnej, a w drugiej fazie wywołać oczekiwane zachowania. Ze względu na planowane cele, tradycyjnie wyróżnia się trzy rodzaje dyskursów perswazyjnych: przekonywanie, propagandę i agitację [Korolko 1998, 34–35].

Przekonywanie to każdy dyskurs perswazyjny, którego celem jest zmiana postawy jednostki lub grupy poddawanej działaniu perswazyjnemu wskutek wysłuchania, przeanalizowania i zaakceptowania argumentacji osoby stosującej perswazję.

Propaganda jest odmianą dyskursu perswazyjnego, który zakłada pozyskanie zwolenników propagowanych idei w zakresie polityki, postaw społecznych czy ideologicznych, poprzez zmianę postawy grupy poddawanej działaniu perswazyjnemu pod wpływem zastosowanych środków językowych.

Agitacja jest dyskursem perswazyjnym, nie wymagającym zmiany postawy, którego celem jest nakłonienie do działania jednostki lub grupy poddawanej perswazji.

2.2. Perswazja zewnętrzna – przygotowanie do perswazji właściwej

Przed przystąpieniem do perswazji właściwej, niezbędne jest przygotowanie do niej odbiorcy. W tym celu konieczne jest określenie grupy perswazyjnej, w stosunku do której perswazja będzie stosowana. Nadawca musi mieć świadomość, jaką wiedzę o obiekcie perswazji dysponuje odbiorca i jaki jest jego emocjonalny stosunek do tegoż obiektu. Kiedy już określona zostanie grupa perswazyjna, nadawca może przystąpić do budowania więzi z odbiorcą. Odbywa się ona w trzech kierunkach: kreowania dyspozycji odbiorcy, przygotowanie emocjonalne i kreowanie wizerunku nadawcy.

2.2.1. Kreowanie dyspozycji odbiorcy

Kreowanie dyspozycji odbiorcy do przyjęcia perswazji polega na doprowadzeniu do takiego stanu, kiedy będzie on zainteresowany odbiorem zamierzonych przez nadawcę treści.

Należy zwrócić uwagę na to, by temat był dla odbiorcy interesujący. Wiadomo bowiem, że odbiorcy skupiają się na treści komunikatu tylko wtedy, gdy uznają ją za ważną dla siebie z powodów ideologicznych,

ekonomicznych czy społecznych [Szymanek 2001: 231]. Na przykład osoby uzyskujące dochody na poziomie minimalnym nie będą zainteresowane zmianą drugiego i trzeciego progu podatkowego, bo nie wpłynie to w żaden sposób na ich osobistą sytuację finansową. Osoby młode będą bardziej zainteresowane możliwością uzyskania kredytu mieszkaniowego niż emeryci itd.

Kreując dyspozycje odbiorcy do przyjęcia perswazji można również bazować na wskazywaniu możliwości uzyskania przez niego określonych korzyści lub poniesienia strat [Szymanek 2001: 228–229]. Tu również, jak zawsze w przypadku perswazji, wybór strategii zależy od grupy, do której jest ona skierowana. Na przykład chcąc nakłonić do podjęcia ryzyka ludzi młodych, rozpoczynających życie zawodowe, trzeba bardziej podkreślać korzyści niż zagrożenia, bo nie mają oni jeszcze wiele do stracenia, w przeciwieństwie do osób, które muszą utrzymać rodzinę. Z kolei chcąc odwieść emeryta od gry na giełdzie, trzeba wskazać mu na zagrożenia dla jego oszczędności, jakie niesie podjęcie tego ryzyka. Zawsze jednak skuteczniejsze jest wskazywanie korzyści niż strat. Wyzwolenie zbyt silnego uczucia strachu, powoduje odrzucenie całego przekazu perswazyjnego [Szymanek 2001: 234].

Nie wolno pozwolić sobie na odwrócenie uwagi odbiorcy, stąd konieczne jest nieustające powracanie w różny sposób do meritum określającego cel perswazji.

2.2.2. Przygotowanie emocjonalne odbiorcy

Przygotowanie emocjonalne odbiorcy do przyjęcia perswazji sprowadza się do wywoływania w nim wściekłości lub radości (uniesienia) z jakiegoś powodu. Wywołanie silnych emocji prowadzi do obniżenia krytycyzmu odbiorcy i umożliwia dominację nadawcy.

Już sam dobór tematu może wywoływać w odbiorcy emocje. W Polsce na przykład takim „dyszurnym” tematem wywołującym emocje jest aborcja, a gorącym tematem z ostatnich dni jest podsłuchiwanie rozmów telefonicznych i czytanie korespondencji e-mailowej. Obydwa związane z jednym z najczulszych punktów Polaków – wolnością.

Wywołanie emocji negatywnych odbiorcy można osiągnąć także przez:

- jego intelektualne lub moralne deprecjonowanie, np.: *A co ty możesz o tym wiedzieć! I kto to mówi! Pani poseł powiedziała już nam, co ma w oczach, to może niech nam teraz powie, co ma w głowie* itd.

- wywołanie jego lęku, respektu, uległości itp., np. *Pomyśl o swojej rodzinie! Oni wiele mogą; Przecież wiesz, że ja wiele mogę* itd.

Z kolei wywołanie emocji pozytywnych odbiorcy uzyskujemy, lansując jego wartości poprzez

– komplementowanie, np. *Nikt tego lepiej od ciebie nie robi; Ciebie zawsze słucham z przyjemnością; Jesteś mi potrzebny; Bez ciebie sobie nie poradzę* itd.

– podkreślenie ważności kontaktu, np.: *musimy poważnie porozmawiać, ta sprawa musi zostać między nami, wiele zależy od naszej rozmowy* itp.

Stan zadowolenia (rozbawienia) zwiększa tolerancję, a co za tym idzie zwiększa akceptowalność przesłanek i konkluzji, natomiast stan rozdrażnienia przyspiesza podjęcie decyzji destrukcyjnej.

W celu emocjonalnego przygotowania odbiorcy do przyjęcia perswazji wykorzystywane są znane z retoryki argumenty: *ad hominem; ad auditores, ad invidiam / odium, ad iudicium, ad metum, ad socordiam, ad misericordiam, ad passiones, ridiculum, ad superbiam, ad superstitionem, ad vertiginem, ad baculum, ad carotam* itd.⁷

2.2.3. Kreowanie wizerunku nadawcy

Źródło przekazu i jego treść stanowią dla większości odbiorców całość, zatem pozyskanie zaufania odbiorcy jest niezbędne dla skuteczności działań perswazyjnych. U odbiorców nastawionych na źródło komunikatu niewiarygodny nadawca nie wywoła żadnej zmiany poglądów, odbiorcy nastawieni na treść komunikatu mogą być przekonani przez nadawcę mniej wiarygodnego, ale tylko wówczas, gdy posługuje się on doskonałą argumentacją [Szymanek 2002: 231–232].

Kreowanie portretu perswadora (nadawcy) sprowadza się do podkreślenia jego kompetencji, bazowania na szacunku w stosunku do pełnionej przez nadawcę roli społecznej, np. przekonywać o skuteczności leku może lekarz, a nie matematyk, choćby był profesorem (por. *argumentum ad reverentiam*), do eksponowania jego walorów etycznych, np.: *znacie mnie, nigdy was nie zawiodłem; komu możesz bardziej zaufać* itd. oraz do budowania więzi JA i TY na zasadzie nawiązania kooperacji poprzez:

– powoływanie się na zażyłość, np.: *jako twój przyjaciel mówię ci..., nikt cię nie zna tak dobrze jak ja, nikt mnie nie zna tak dobrze jak ty* itd.

– utożsamianie się z postawą odbiorcy, przede wszystkim poprzez stosowanie zaimków pierwszej osoby liczby mnogiej: *my, nasze, zrobimy, powinniśmy* itd.

– eksponowanie takiej postawy, do której odbiorca może się przyłączyć, np.: *Pracujemy razem w tej dziedzinie już 20 lat i dobrze wiemy, że...* itd.

⁷ Charakterystykę tych argumentów i przykłady przedstawia K. Szymanek [2001].

Wszystkie te działania przygotowawcze mają charakter syntetyczny, idą równocześnie we wszystkich trzech kierunkach, jednakże jedno z nich zawsze jest szczególnie eksponowane.

2.3. Perswazja wewnętrzna

Perswazja wewnętrzna, jak każde nakłanianie, idzie w trzech kierunkach: zmiany stanu wiedzy odbiorcy (zgodnie ze strategią informacyjno-weryfikacyjną), zmiany jego postawy aksjologicznej (zgodnie ze strategią aksjologiczno-emotywną) i zmiany zachowania modelowego (zgodnie ze strategią behwioralną).

K. Szymanek przywołując teorię osądu społecznego, pisze: „zespół przekonań osoby w odniesieniu do danego tematu stanowi kontinuum, rozciągające się między biegunami maksymalnej akceptacji i zdecydowanego odrzucenia. [...] Odbiorca zaangażowany w tematykę przekazu ma zwykle bardzo szeroką strefę dysakceptacji, natomiast odbiorca słabo w tematykę tę zaangażowany ma szeroką strefę neutralną. [...] perswazja jest skuteczniejsza w przypadku osób słabiej zaangażowanych w problematykę” [Szymanek 2001: 230–231]. W pełni zgadzając się z K. Szymankiem, trzeba dodać, że stosunek strefy akceptacji do strefy dysakceptacji jest odmienny dla każdego z wyodrębnionych kierunków perswazji. W przypadku perswazji informacyjnej oczekiwać możemy znacznie większej strefy neutralnej, niż w przypadku perswazji aksjologicznej, gdzie na ogół dominują postawy skrajne (akceptacja lub odrzucenie). Od kierunku perswazji zależy również gotowość odbiorcy do łatwiejszego ulegania samemu nadawcy komunikatu (perswadora) lub treści komunikatu. Silniejsze oddziaływanie osoby perswadora obserwujemy w przypadku perswazji aksjologicznej i zachowaniowej, natomiast przy perswazji informacyjnej większy wpływ na odbiorcę ma argumentacja (może z wyjątkiem relacji mistrz – uczeń).

2.3.1. Perswazja informacyjna

Perswazja informacyjna (propaganda informacyjna) ma na celu zmianę stanu wiedzy odbiorcy. W efekcie odbiorca powinien przyjąć konfigurację wiedzy dogodnej dla osiągnięcia celu perswazji. Przyjmujemy, że w dyskursie perswazyjnym wiedza jest systemem przekonań, tym co nadawca i odbiorca traktują jako prawdopodobne. W związku z tzw. efektem pierwszeństwa, polegającym na przywiązaniu do wiedzy już posiadanej [Szymanek 2001: 232], perswador musi dążyć do wygaszenia u odbiorcy obszaru wiedzy niedogodnej do osiągnięcia celu perswazji.

Istotne jest, aby odbiorca wiedział jedynie to, co zdaniem nadawcy powinien wiedzieć, a co nie mogłoby utrudnić skuteczności perswazji. Perswazja informacyjna jest wykładnikiem gatunkowym dyskursu naukowego i parlamentarnego. Szeroko stosowana jest również w dyskursie pedagogicznym.

2.3.2. Perswazja aksjologiczna

Perswazja aksjologiczna (propaganda aksjologiczna) ma na celu zmianę perspektywy aksjologicznej odbiorcy. Dotyczyć może:

- zmiany hierarchii wartości (ilościowej), może to być na przykład próba wykazania, że troska o rodzinę jest ważniejsza od kariery zawodowej, albo że osiągnięcie korzyści materialnych jest ważniejsze od przyjaźni itd. Przy dążeniu do zmiany hierarchii wartości odbiorcy zakładamy, że obie porównywane wartości są przez niego oceniane pozytywnie (+), albo obie są oceniane negatywnie (–), inaczej mówiąc są po tej samej stronie na skali +/–.

- zmiany jakościowej uznawanych wartości (zmiana polaryzacji +/– w ramach tego samego systemu), na przykład próba przekonania osoby, która życie ludzkie uważa za najwyższą wartość do stosowania kary śmierci itd.

- wzmocnienia, osłabienia i zerowanie przeżywania wartości (dążenie do zmiany ilościowej), np.: *nic takiego się nie stało; wiem, że to dla ciebie przykre, ale nie przeżywaj tego tak bardzo, sprawa nie jest warta twojego stresu; nie ma tego złego, co by na dobre nie wyszło* itd.

- bezpośredniego wyzwolenia przeżywania poprzez zastosowanie prowokacji perswazyjnej czy demagogii, np. gdy ktoś wzbudzi w nas zachwyt swoim sukcesem zawodowym, to łatwiej wejdziemy z nim w spółkę itp.

W perswazji aksjologicznej bardzo istotne jest uwzględnienie kryterium myślenia życzeniowego odbiorcy, które stanowi skrót jego aksjologicznej orientacji.

2.3.3. Perswazja zachowania modelowego

Perswazja zachowania modelowego (agitacja) polega na nakłonieniu odbiorcy, by dobrowolnie zobowiązał się do oczekiwanego przez nadawcę działania. Jak już wspomniałam wyżej [Korolko 1998: 33], dobrowolność towarzyszy wszystkim działaniom perswazyjnym, bowiem tam, gdzie istnieje przymus (ograniczenie granic działania odbiorcy bez jego zgody, pozbawienie wolnego wyboru) wskutek możliwości zastosowania sankcji praktycznych (pozbawienie wolności, życia, pracy, dóbr materialnych itp.) lub moralnych (dyskomfort psychiczny) nie ma mowy o perswazji.

Celem agitacji nie jest przekonanie odbiorcy do racji preferowanej przez nadawcę, ale skłonienie go do przyjęcia tej racji za własną, zatem w tym przypadku prowadzenie przekonującej argumentacji merytorycznej (rzeczowej) jest ograniczone na rzecz argumentów odwołujących się do systemu wartości odbiorcy, wyzwalania w nim emocji. Możliwe jest także szersze stosowanie chwytów manipulacyjnych. Na przykład zachwalając nowy lek zwraca się uwagę na to, że jest sprawdzony, skuteczny, nie powoduje skutków ubocznych itd. równocześnie nie informując, że inne leki niczym się od niego nie różnią.

Szczególnie eksponowane są korzyści, jakie wykonanie określonego działania przyniesie odbiorcy i straty jakie poniesie, gdy nie wykona tegoż działania. Przy czym faktycznie eksponowane korzyści dla odbiorcy są uboczne względem rzeczywistych, ukrytych (zwykle przemilczanych) korzyści, jakie działanie odbiorcy przyniesie nadawcy. Agitacja zatem, ze względu na korzyści, jakie zwykle daje nadawcy, bardziej niż pozostałe typy perswazji zbliża się do manipulacji. Szeroko stosowana jest w dyskursie pedagogicznym, politycznym i w reklamie.

2.4. Argumentacja

Podstawowym środkiem stosowanym w działaniach perswazyjnych jest argumentacja. Argumentem nazywamy wypowiedź o takiej strukturze, w której dla uzasadnienia poglądu T , stanowiącego *konkluzję*, przedstawiane są zdania $P_1, P_2, \dots, P_n$, będące *przesłankami* [por. Szymanek 2001: 37].

$$\text{argument} = \text{przesłanki} \rightarrow \text{konkluzja} (P_1, P_2, \dots, P_n \rightarrow T)$$

W sytuacji komunikacyjnej kolejność wprowadzania konkluzji i przesłanek może być różna. Różne rodzaje argumentów i konfiguracje ich stosowania przedstawia K. Szymanek [2001]. Należy pamiętać, że zarówno niektóre przesłanki jak i konkluzja mogą nie być wyrażone wprost, a ich rekonstrukcja możliwa jest poprzez odniesienie do odpowiednich standardów semantycznych i standardowych scenariuszy [por. Awdiejew 1998, 1999 a, b].

M. Korolko twierdzi, że „argumentowanie jest pierwszym i zarazem podstawowym celem perswazji” [Korolko 1998: 89]. Trudno jednak sobie wyobrazić, żeby ktoś chcąc wpłynąć na czyjeś przekonania czy chcąc kogoś skłonić do określonego działania stawiał sobie za cel samo argumentowanie. Naszym zdaniem, w komunikacji społecznej argumentacja jest tylko jednym ze sposobów oddziaływania na postawę odbiorcy.

Podstawy różnych rodzajów argumentacji sformułował Arystoteles. Opis argumentacji apodyktycznej, wywodzonej z pojęć ogólnych (aksjomatów) przedstawił w *Analitykach*, argumentacji dialektycznej, wywodzonej z opinii lub zdań prawdopodobnych i argumentacji retorycznej, opartej na wnioskach wynikających z założeń rozmówcy przedstawił w *Topikach*, a argumentacji sofistycznej, opartej na założeniach pozornie prawdziwych lub pozornie prawdopodobnych zawarł w traktacie *O dowodach sofistycznych* [Korolko 1998: 89].

Naszym zdaniem argumentację można sprowadzić do dwóch procesów:

1) Pierwszym jest *wynikanie z analogii* – zaliczanie do czegoś. Ten proces reprezentowany jest między innymi przez: *argumentum ab exemplo*, *ad antiquitatem*, *ab utili*, *ad consequentiam*, *ad fidem*, *ad orationem*, *ad rem* itd.⁸

2) Drugim jest *dyferencjacja* – wykluczanie z czegoś. Z kolei ten proces reprezentowany przez *argumentum a contrario*, *argumentum ad quietem* i *argumentum ad absurdum* itd.⁹ Dyferencjacja najogólniej polega na tym, że w sytuacji gdy znajdzie się chociaż jeden przykład podważający wcześniejsze dowodzenie, to zostaje ono odrzucone. Jest to właściwie metaargument, który powoduje odrzucenie całego ciągu argumentacyjnego i doprowadzenie do odwrotnej konkluzji.

Do tych dwóch procesów da się sprowadzić wszystkie inne rodzaje argumentacji, opisywane szeroko w literaturze, a zebrane w cytowanych pracach M. Korolki i K. Szymanka (gdzie też zamieszczona jest bogata bibliografia).

Argumentacja może być jednostronna – przedstawianie tylko argumentów *za* lub wielostronna – przedstawianie argumentów *za* i *przeciw*. Przy wyborze rodzaju argumentacji należy przede wszystkim uwzględnić charakter grupy perswazyjnej, jej wykształcenie (ludzie niewykształceni – skuteczniejsza argumentacja jednostronna), nastawienie do tematu (ludzie od początku aprobujący główne założenia przedstawianego stanowiska – skuteczniejsza argumentacja jednostronna) itd. [Szymanek 2001: 233].

Argumentacji przeciwstawić można kontrargumentację, czyli świadome blokowanie posunięć argumentacyjnych interlokutora poprzez zastosowanie:

- argumentu do niewiedzy (*argumentum ad ignorantiam*), na zasadzie: *nic o tym nie wiem, więc to jest nieprawda*;
- argumentu niedowodliwości: *nie możesz mi tego udowodnić, więc to nie jest prawda* lub *nikt nie wykazał, że to jest nieprawda, więc jest to prawda*;
- odrzucenia przesłanek jako słabych i równocześnie konkluzji, bowiem konkluzja dziedziczy siłę najsłabszej przesłanki, np.:

⁸ Charakterystykę tych argumentów i przykłady przedstawia K. Szymanek [2001].

⁹ Charakterystykę tych argumentów i przykłady przedstawia K. Szymanek [2001].

Cel perswazyjny: przekonanie do zmiany ustawy antyaborcyjnej

przesłanki: P_1 : istniejące prawo daje możliwość przerwania ciąży przy uszkodzeniu płodu (mocna przesłanka – !); P_2 : przerwanie ciąży przy uszkodzeniu płodu w praktyce jest utrudnione (średnia przesłanka – !?) → konkluzja (K_1): istniejące prawo nie funkcjonuje – dziedziczy wartość średniej przesłanki (!?); ma średnią wartość przekonywania dalszy ciąg argumentacji:

przesłanki: P_3 : aborcyjne prawo nie funkcjonuje (!?); P_4 : przesłanka niejawna (implikowana): kobiety nie mają możliwości legalnie przerywać ciąży (przesłanka słaba – ?) → konkluzja (K_2): kobiety są skazane na podziemie aborcyjne – dziedziczy wartość przesłanki słabej (?)

przesłanki: P_5 : prawo aborcyjne jest notorycznie łamane (!?); P_6 : przesłanka ukryta: każde łamane prawo jest złym prawem (?) → konkluzja (K_3): prawo aborcyjne jest złym prawem (?)

przesłanki: P_7 : prawo aborcyjne jest złe (?); P_8 : każde złe prawo trzeba zmieniać (!) → konkluzja odnosząca się bezpośrednio do celu perswazyjnego: ustawę antyaborcyjną należy zmienić – dziedziczy wartość przesłanki słabej (?)

– wyśmianie argumentów, np.: *argument rodem z Radia Maryja, przesady; dobrze, że wiesz, o czym mówisz; cieszę się, że czyta pan gazety, ale...; co ty, spałeś dziś z blondynką, udzieliło ci się; minął już sezon na rydzyki itd.*

– zmianę tematu, np.:

A. Uważam, że aborcja na każde życzenie kobiety jest dobra – przekonaj mnie, że jest zła

B. Ty cenisz wolność i ja cenię wolność. Ty cenisz życie ludzkie i ja cenię życie. Dla Ciebie zakaz aborcji na każde życzenie jest zagrożeniem wolności, a dla mnie zagrożeniem życia. Różnica leży nie w „czystej” aksjologii, lecz w tym, co uważa się za życie, itd.

Więcej tego rodzaju chwytów i przykłady ich stosowania opisują M. Korolko [1998: 95–98] i K. Szymanek [2001: 180].

2.5. Metaoperatory perswazyjne

Dla osiągnięcia celu komunikacyjnego nadawca poza argumentacją stosuje także inne środki językowe, które nazywamy metaoperatorami perswazyjnymi. A. Awdiejew uważa, że „metaoperatory perswazyjne mają charakter *nasadowy*, inaczej mówiąc mogą być użyte jako wzmocnienie różnych innych funkcji pragmatycznych, dokonywać wtórnej reorganizacji przekazu informacyjnego lub wzmacniać założoną prawdziwość (wiarygodność) komunikatów. W układzie interakcyjnym pełnią podwójną rolę. Po pierwsze występują jako jednostki pozwalające na organizację przekazywanej treści w taki sposób, by odbiorca nie mógł bez naruszenia zasady kooperacji poddać w wątpliwość jej prawdziwości. Po drugie zaś są wykorzystywane do wzmocnienia działania innych operatorów interakcyjnych, jeśli ono ulega gradacji” [Awdiejew 2003].

Środki językowe wzmacniające nakłaniającą funkcję komunikatu wpływają przede wszystkim na emocje odbiorcy, służą realizacji perswazyj zewnętrżnej. Należą tu m.in. takie metaoperatory perswazyjne, jak: *widać, przynajmniej, natychmiast, w tej chwili, zobaczysz* itd.:

- (29) *Widać tak musiało być;
Przynajmniej zadzwoń;
Przestań natychmiast;
W tej chwili to odłóż;
Zobaczysz, że to się źle skończy* itd.

Blokowanie możliwości weryfikacji treści przez odbiorcę jest jednym z najczęściej stosowanych chwytów perswazyjnych. Służą temu różne środki językowe, zwłaszcza związane z kompozycją tekstu, ale również wykorzystywane są w tym celu metaoperatory perswazyjne. Należą do nich takie operatory, które:

– umożliwiają powoływanie się na regularność, powtarzanie się określonych faktów, zdarzeń, np. *jak zawsze, jak zazwyczaj, jak zwykle; nie ma cudów, należy oczekiwać że..., obserwuje się zjawisko, z dotychczasowych obserwacji wynika* itd.

- (30) *Propozycja pana posła jest jak zwykle niedopracowana;
Nie ma cudów, nie uda ci się ich przekonać;* itd.

– przywołanie obiegowej opinii, np.: *ponoć; przecież; jak mówią* itd.; powoływanie się na powszechność danej informacji, np.: *każdy wie, jak wiadomo, jak sama nazwa wskazuje, już wszyscy wiedzą, że* itd.

- (31) *Ponoć wszyscy głosowali przeciw;
Przecież to się nie może udać;
On, jak mówią, nie ma nic do zaproponowania* itd.;
*Każdy wie, że to poseł Z przekazał tajne informacje dziennikarzom
Jak wiadomo, posłowie są bezkarni
Już wszyscy wiedzą, że nie będziesz kandydował;
Każdy by tak zrobił* itd.

– powoływanie się na znajomość informacji przez nadawcę i odbiorcę, np.: *przecież wiemy, że; dobrze znamy, znamy się* itd.; lub samego odbiorcę: *jak wiesz, jak państwo wiedzą, przecież wiecie* itd.

- (32) *Przecież wiemy, że on nie będzie dobrym prezydentem
Dobrze znamy działaczy tej partii
Znamy się na tym (na takich sztuczkach)
Jak wiesz, on zawsze był taki* itd.

– włączenie autorytetu nadawcy, np.: *według mnie, jak mi się wydaje, moim zdaniem* itd. lub osoby/tekstu, stanowiących autorytet dla odbiorcy: *jak mówi/pisze N*

- (33) *Moim zdaniem* on jest najlepszym kandydatem
Jak mówi Biblia, należy kochać bliźnich... itd.

W celu zablokowania możliwości weryfikacji informacji często stosuje się umieszczenie jej w temacie struktury tematyczno-rematycznej zdania. Na przykład w wypowiedzeniu:

- (34) *Niezaradność Kowalskiego doprowadziła jego rodzinę do ruiny*

które wnosi umieszczony w standardowym scenariuszu przyczynowo-skutkowym sens informacyjny:

a) *Rodzina Kowalskiego jest zrujnowana*

b) *Kowalski jest niezaradny*

zanegować możemy tylko remat:

- (35) *Niezaradność Kowalskiego nie doprowadziła jego rodziny do ruiny*

Nie możemy natomiast, bez naruszenia zasady kooperacji, zanegować informacji umieszczonej w temacie, czyli tego, że:

- (36) *Kowalski jest niezaradny.*

Bardzo skutecznym środkiem blokującym możliwość weryfikacji jest stosowanie ironii, szczególnie w perswazji o charakterze aksjologicznym. Ośmieszanie osoby lub głoszonej tezy nie wprost nie daje możliwości jej obrony bez naruszenia zasady kooperacji. Na przykład:

- (37) A. *A ty czy potrafisz się przyznać do pomyłki, przekonać do odmiennego stanowiska?*

B. *Nawet dziecko mnie przekona, jak ma przekonać.*

A. *W to wierzę. Ale czy dasz się przekonać pięćdziesięcioletniemu mężczyźnie?*

- (38) *Mam dobrą pamięć do twarzy, ale dla pana zrobię wyjątek*

Wszelkiego rodzaju blokowanie weryfikacji znajduje się na granicy perswazji i manipulacji. Skoro odbiorca nie jest w stanie rozpoznać intencji perswazyjnej nadawcy, możemy mówić o manipulowaniu nim.

3. Manipulacja

Działania manipulacyjne, tak jak perswazyjne, dotyczą tych samych trzech obszarów: wiedzy, systemu wartości i modelowego zachowania. Manipulacja różni się naszym zdaniem od perswazji tym, że nie wymaga (choć i nie wyklucza) stosowania argumentacji, a co za tym idzie, odbiorca nie jest na ogół przygotowywany do przyjmowania też nadawcy. Nadawca nie tylko nie uświadamia odbiorcy swojego pragmatycznego celu, ale próbuje go maskować, albo wskazywać na inny cel od faktycznie zamierzonego. Na przykład koleżanka A mówi do koleżanki B (wiedząc, że „Naj” jest jej ulubionym pismem): *Mam nowy numer „Naj”. Jak chcesz, to siadaj na moim miejscu i poczytaj.* Koleżanka B przyjmuje propozycję z radością i wdzięcznością, wtedy A dodaje: *A jak już tu będziesz siedzieć, to odbieraj za mnie telefony.* Po czym znika na godzinę, zmuszając B do niechcianej czynności.

Oddziaływanie na odbiorcę ma charakter ukryty, a w momencie rozpoznania manipulacyjnych intencji nadawcy przez odbiorcę następuje zerwanie kontaktu. Do celów manipulacyjnych mogą być stosowane te same środki, które wykorzystujemy w perswazji. W bardzo dużym zakresie stosowane jest blokowanie możliwości weryfikacji przekazywanych treści, zwłaszcza trudno zauważalne dla odbiorcy. Na przykład:

(39) A. *Kiedy pan wreszcie zacznie postępować uczciwie?*

B. *Panu nie wolno tak pytać, panie pośle, ma pan prawo tak mnie oceniać według pana systemu wartości, ale pytać tak nie wolno. A czy ja pana ocenę przyjmę z pokorą, to już inna rzecz.*

Manipulacji służyć może również sposób organizacji przekazu treści. Ubarwianie opisu poprzez stosowanie różnego rodzaju tropów (metafory, porównania, hiperbole itd.) pozwala na świadome profilowanie treści, podkreślanie ważności wybranych elementów, bez wskazywania na nie wprost. Modelowaniu sytuacji odbioru służą też operatory dynamiczne przekaz, takie jak: *aż tu nagle, wyobraź sobie, jakbym to widziała, jak nie...* (krzyknie) itd. Stosowanie tego rodzaju zabiegów osłabia czujność odbiorcy i sprzyja akceptacji przekazywanych treści.

Na koniec należy podkreślić, że manipulacja nie musi być działaniem na niekorzyść odbiorcy, choć często bywa. Można jednak znaleźć wiele przykładów, kiedy stosujemy manipulację w procesie wychowawczym, zwłaszcza w stosunku do małych dzieci, kiedy argumentowanie merytoryczne jest utrudnione.

Literatura

- Arystoteles (1973), *Analityki pierwsze i wtóre*, przeł. K. Leśniak, Warszawa
- Arystoteles (1978), *Topiki*, przeł. K. Leśniak, Warszawa
- Arystoteles (1978), *O dowodach sofistycznych*, przeł. K. Leśniak, Warszawa
- Austin J. L. (1993) *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa
- Awdiejew A. (1987), *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzi*, Kraków
- Awdiejew A. (1991), *Model gramatyki komunikacyjnej (projekt badawczy)*, [w:] *Studia nad polszczyzną mówioną Krakowa*, Kraków, s. 9–38
- Awdiejew A. (1991), *Strategie konwersacyjne (próba typologii)*, „Socjolingwistyka” XI, Katowice, 7–20
- Awdiejew A. (1998), *Standardy semantyczne a znaczenie leksykalne*, [w:] *Język a kultura*, t. 12, Wrocław
- Awdiejew A. (1999), *Leksykon w gramatyce komunikacyjnej*, [w:] *Gramatyka komunikacyjna*, red. A. Awdiejew, Kraków, s. 133–160
- Awdiejew A. (1999), *Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej (teoria i zastosowanie)*, [w:] *Gramatyka komunikacyjna*, red. A. Awdiejew, Kraków, s. 33–68
- Awdiejew A. (2003), *Gramatyka interakcyjna*, maszynopis, Kraków
- Bühler K. (1934), *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*, Jena
- Furdal A. (1990), *Językoznawstwo otwarte*, Wrocław–Warszawa
- Grice H. P. (1977), *Logika i konwersacja*, przeł. J. Wajszczuk, „Przegląd Humanistyczny”, z. 7
- Halliday M. A. K. (1973), *Explorations in the Functions of Language*, London
- Jakobson R. (1989), *Poetyka w świetle językoznawstwa*, [w:] *W poszukiwaniu istoty*, Warszawa
- Korolko M. (1998), *Sztuka retoryki (przewodnik encyklopedyczny)*, Warszawa
- Laskowska E. (2003), *Dyskurs parlamentarny* (w druku)
- Malinowski B. (1987), *Ogrody koralowe i ich magia*, [w:] idem, *Dziela*, t. 5, Warszawa
- Pisarek W. (2002), *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków
- Pisarkowa K. (1976), *Pragmatyczne spojrzenie na akt mowy*, „Polonica” II, 265–279
- Polański K. (1993), *Funkcje języka (mowy)*, [w:] *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*
- Searle J. (1980), *Czym jest akt mowy?*, „Pamiętnik Literacki” LXXI, z. 2, s. 241–248
- Searle J. (1987), *Czynności mowy*, Warszawa
- Szmanek K. (2001), *Sztuka argumentacji*, Warszawa
- Tabakowska E. (red.) (2001), *Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa*, Kraków
- Zdunkiewicz D. (2001), *Akty mowy*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin

Załącznik

Akty mowy i ich funkcje komunikacyjne
(oprac. Elżbieta Laskowska)

Typ aktu	Nazwa aktu	Wyrażanie sądu/opinii/woli przez N (CO?)	Funkcja w dialogu	Cel pragmatyczny N wobec O (PO CO?)
1	2	3	4	5
Akty informacyjne – powiadamiania	Oznajmienie (twierdzenie)	Wiedzy, że P (sąd asertywny): <i>Jest P</i>	Inicjatywa N	Po to, by O przyjął za prawdę, że P
Akty informacyjno-weryfikacyjne – pytanie – uzupełnienia	Dopytanie	Niepełnej wiedzy, że P: <i>Wiem, że P, ale nie wiem, a chcę wiedzieć jak, dlaczego, kiedy, gdzie, po co itd. P?</i>	Inicjatywa N	Po to, by O uzupełnił wiedzę N o P
Akty weryfikacyjne – pytanie – rozstrzygnięcia – akty modalne – potwierdzenie – zaprzeczenie	Pytanie	Braku wiedzy czy P: <i>Czy P?</i>	Inicjatywa N	Po to, by O przekazał N wiedzę o P
	Wyrażenie pewności	Przekonania, że P: <i>Jestem przekonany, że P</i>	Inicjatywa N	Po to, by O potwierdził/zaprzeczył, że P
			Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego/modalnego	Po to, by O zmodyfikował sąd wyrażony przez N
	Wyrażenie prawdopodobieństwa	Przypuszczenia, że P: <i>Przypuszczam, że P</i>	Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego/modalnego	Po to, by O podjął z N próbę ustalenia, czy P
	Unikanie odpowiedzi	Uniknięcia sądu modalnego: <i>Nie wiem, czy P czy nie P</i>	Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego/modalnego/pytania O	Po to, by O nie oczekiwał od N sądu, czy P czy nie P

	Wyrażenie wątpliwości	Wątpliwości, że P: <i>Wątpię, że P</i>	Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego/modalnego/pytania O	Po to, by O podjął z N próbę ustalenia, czy P
	Wyrażenie wykluczenia	Przekonania, że nie P: <i>Jestem przekonany, że nie P</i>	Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego/modalnego/pytania O	Po to, by O potwierdził/zaprzeczył, że nie P
	Potwierdzenie	Wiedzy, że P: <i>Potwierdzam, że P</i>	Reakcja na wyrażenie – sądu asertywnego – sądu modalnego	Po to, by O przyjął, że jego wiedza o P jest zgodna z wiedzą N Po to, by O utwierdził się w przekonaniu, że P
	Zaprzeczenie	Wiedzy, że nie P: <i>Zaprzeczam, że P</i>	Reakcja na wyrażenie – sądu asertywnego – sądu modalnego	Po to, by O przyjął, że jego wiedza o P jest różna od wiedzy N Po to, by O utwierdził się w przekonaniu, że nie P
Akty modalno-emotywne	Wyrażenie nadziei (przypuszczenia, że stanie się coś dobrego)	Nadziei, że P: <i>Mam nadzieję, że P</i>	Inicjatywa N lub reakcja na pytanie	Po to, by O uwierzył, że stanie się P
			Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego lub modalnego	Po to, by O wiedział, że N podziela jego sąd, że stanie się P
	Wyrażenie obawy (przypuszczenia, że stanie się coś złego)	Obawy, że P: <i>Obawiam się, że P</i>	Inicjatywa N lub reakcja na pytanie	Po to, by O spodziewał się P (ewentualnie zrobił coś, by uniknąć P)

Załącznik (cd.)

1	2	3	4	5
Akty modalno-emotywne			Reakcja na wyrażenie sądu asertywnego lub modalnego	Po to, by O wiedział, że N podziela jego sąd, że stanie się P
Akty emotywne	Wyrażenie pozytywnego/negatywnego uczucia	<i>Wyrażam uczucie E</i>	Inicjatywa nadawcy (reakcja na sytuację)/reakcja na wypowiedź	Po to, by wywołać w O podobne emocje lub skłonić O do podzielenia opinii N
Akty działania – akty nakłaniające	Prośba/żądanie/rozkaz	Prośby/żądania/rozkazu: <i>Chcę, byś zrobił dla mnie X</i>	Inicjatywa N	Po to, by O zrobił X
	Proponowanie	Propozycji: <i>Może byśmy zrobili X</i>	Inicjatywa N	Po to, by O zrobił X wspólnie z N
	Rada/odradzanie (w tym ostrzeżenie)	Rady: <i>Moim zdaniem powinienś zrobić/nie robić X</i> Ostrzeżenia: <i>Nie rób X, bo P</i>	Reakcja na prośbę o radę Reakcja na wyrażenie gotowości do zrobienia X Inicjatywa N	Po to, by O zrobił/nie robił X
	Pozwolenie na działanie	Zgody na działanie O: <i>Wolno ci zrobić X</i>	Reakcja na pytanie o zgodę	Po to, by O zrobił X
	Odmowa pozwolenia na działanie	Braku zgody na działanie O: <i>Nie wolno ci zrobić X</i>		Po to, by O nie robił X
– akty nakłaniająco-zobowiązujące	Groźba	Groźby: <i>Jeśli zrobisz/nie zrobisz X, to ja zrobię Y</i>	Reakcja na gotowość/odmowę O do zrobienia X	Po to, by O oczekiwał, że gdy zrobi/nie zrobi X, to N zrobi Y

– akty zobowiązujące	Gotowość do działania	Gotowości zrobienia X: <i>Zamierzam zrobić X</i>	Inicjatywa N	Po to, by O zaakceptował zamiar zrobienia X przez N
		Zgody N na zrobienie X: <i>Zrobię dla ciebie X</i>	Reakcja na prośbę/propozycję	Po to, by O oczekiwał, że N zrobi X
		Braku zgody N na zrobienie X: <i>Nie zrobię dla ciebie X</i>		Po to, by O nie oczekiwał, że N zrobi X
	Obietnica	Obietnicy: <i>Obiecuję, że zrobię X</i>	Reakcja na prośbę/inicjatywę N	Po to, by O oczekiwał, że N zrobi X

P – propozycja (*proposicion*), E – emocje, oceny, X, Y – działanie, N – nadawca, O – odbiorca.

*Grażyna Habrajska***L'INCITATION, LA PERSUASION ET LA MANIPULATION LINGUISTIQUE****(Résumé)**

Cet article explique les notions, citées dans le titre, en prenant en considération la théorie des actes de parole, la cognition et la grammaire communicative.