

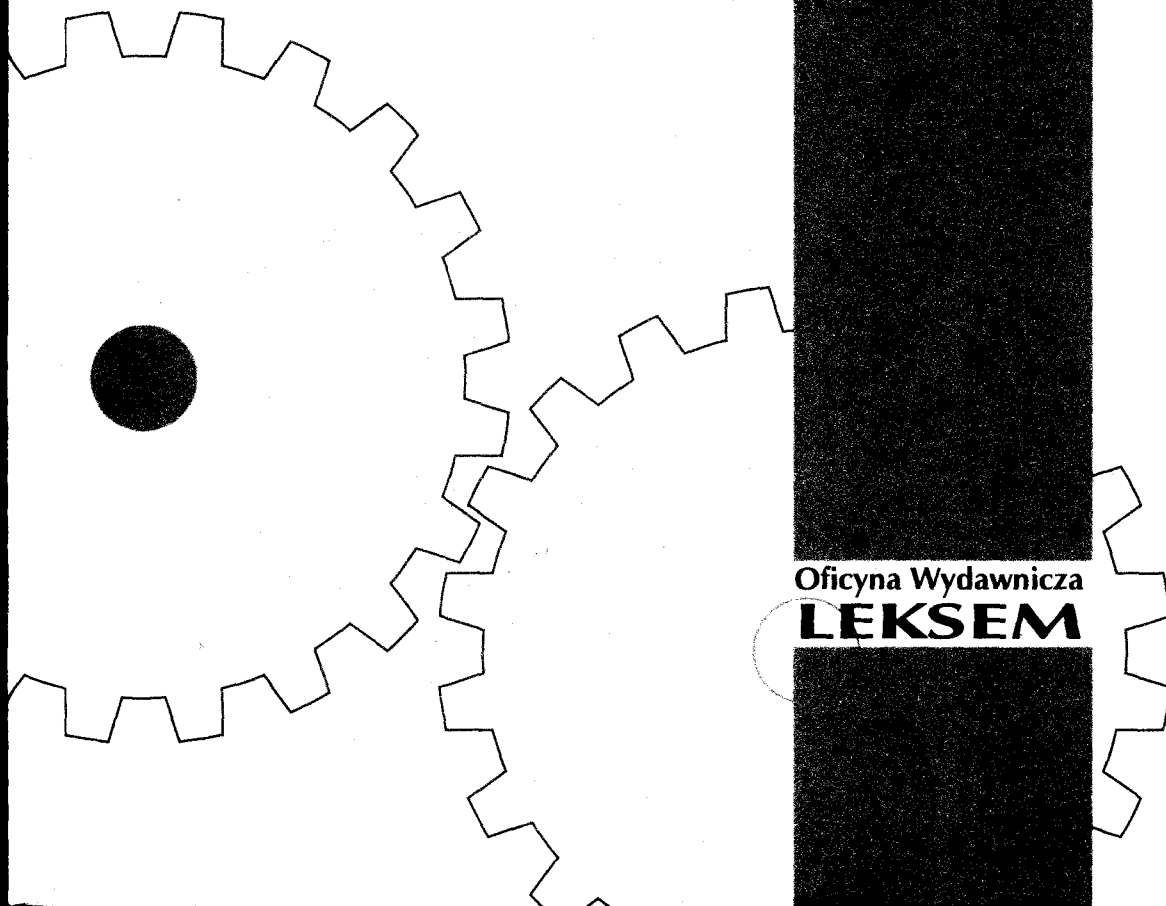
MECHANIZMY

PEROWAZJI

SLACJI

I MANIA

**ZAGADNIENIA
OGÓLNE**



Oficyna Wydawnicza
LEKSEM

Helena Pczelincewa

Państwowy Uniwersytet Technologiczny
w Czerkasach

Perswazyjne funkcje słotwórczych środków języka¹

Badania językowych i konwersacyjnych środków nakłaniania, perswazji oraz manipulacji świadomością ludzką w aspektach psycholingwistycznym, międzykulturowym, kognitywnym i komunikacyjnym wywołują nadzwyczajne zaciekawienie współczesnych językoznawców – i niniejsza konferencja jest tego świadectwem. Aktywnie są badane werbalne i niewerbalne środki perswazji, rola elementów strukturalnych i negatywnej leksyki emotywno-ekspresywnej, pytań prowokacyjnych, powtórzeń, analogii, aluzji itp.². Jednak poziom słotwórczy, jako mniej widoczny «uczestnik» procesu manipulacji, dłużej niż inne środki językowe pozostawał w cieniu zainteresowań badawczych. W niniejszym artykule podejmuję próbę ujawnienia roli słotwórczych środków języka w tworzeniu określonego (zaplanowanego) efektu komunikacyjnego na materiale tekstów współczesnych ukraińskich środków masowego przekazu. Taki wybór obiektu badań nie jest przypadkowy: mediadyskurs dostarcza bogaty materiał dla badań, ponieważ środki medialne we współczesnym społeczeństwie są chyba najbardziej skutecznym narzędziem konstruowania obrazu świata człowieka i socjum, instrumentem władzy społecznej.

Powszechnie wiadomo, że słotwórstwo odgrywa najważniejszą rolę w procesie nominacji, który odbija specyfikę mentalności

1 Artykuł ten jest wynikiem stażu naukowego na UJ sfinansowanego przez Fundusz Wsparcia Nauki i Kasę imienia Józefa Mianowskiego

2 Patrz, na przykład, Issers 2006, Kudryavceva 2005, Voroncova 2006 i in.

narodowej, doświadczenia kulturowo-historycznego, osobliwości percepcji otaczającego nas świata. Znaczenia słowotwórcze zawierają w sobie najbardziej istotne dla konkretnego zespołu językowe treści. Jednakże w rosyjskich, ukraińskich i polskich badaniach ostatnio często sądzi się, iż środki słowotwórcze są także jednym z ważnych środków komunikacyjnych języka (w terminologii teorii aktów mowy Johna Austina – środków wzmagania mocy illokucyjnej i perlokucyjnej skuteczności wypowiedzi, w terminologii gramatyki komunikacyjnej Aleksego Awdiejewa – niezomorficznych środków wyrażania treści komunikacyjnej, emotywno-oceniających operatorów poziomu interakcyjnego, środków realizacji aksjologiczno-emotywniej strategii [Awdiejew 2005, 133]).

Z punktu widzenia słowotwórstwa komunikacyjnego Ziemskaja H.A. wyróżnia pięć funkcji mechanizmu derywacyjnego języka: nominacyjną, konstrukcyjną (dla zwinięcia propozycji, uproszczenia syntaktycznej budowy mowy), kompresywną (dla skrótu już istniejących jednostek nominacyjnych), ekspresywną (dla wyrażania subiektywnego stosunku mówiącego) oraz stylistyczną (dla stylistycznego cechowania wypowiedzi) [Ziemskaja 2005: 33]. W zasadzie przyjmując taką klasyfikację, zaznaczę też, że w realnej komunikacji funkcje te wzajemnie się krzyżują i współdziałają, zaś w konkretnych typach komunikacji konkretyzują się i specyfikują. Jestem zdania, że najbardziej relewantna w stosunku do celu danych badań jest analiza zachodząca na trzech poziomach językowych zaproponowana przez Aleksego Awdiejewa i Grażynę Habrajską. W ich koncepcji gramatyki komunikacyjnej analiza językowa dokonuje się na poziomie ideacji (właśnie treści mówienia), interakcji (dlaczego mówimy) i organizacji dyskursu (jak mówimy). Takie to podejście pozwala dostrzec wewnętrzną logikę procesu słowotwórczego. Na przykład, człony gniazda słowotwórczego *изучать, изучая, изучающий, изучение* itd. na poziomie ideacji wskazują na ten sam standard semantyczny: *изучать* [кто, что]. Jednak w języku nie ma rzeczy przypadkowych. Powstanie różnych form jest uwarunkowane przez pewne zapotrzebowania języka i jego wewnętrzną logikę. Przyczyna ich wystąpienia zostaje ujawniona na poziomie interakcji i na poziomie organizacji dyskursu. Krótka ilustracja: substantywacja czasowników, według danych analizy, pełni co najmniej dwie funkcje różnowektorowe.

1. Профессор изучает данные – профессор занимается изучением данных – na poziomie ideacji sens jest identyczny, na poziomie interakcji dostrzegamy gramatyczne rozwijanie informacyjne dla wzmagania prestiżu, nadania wagi; na poziomie organizacji dyskursu – cechowanie stylistyczne, dążenie do literackości.
2. После того, как мы приехали на конференцию, прошло два дня – после нашего приезда на конференцию прошло два дня – na poziomie ideacji nic się nie zmienia, na poziomie interakcji dostrzegamy redukcję, zwinięcie mniej ważnej w tym przypadku informacji; na poziomie organizacji dyskursu – substantiwus służy do tworzenia konstrukcji polipredykatywnej z relacjami taksisu.

Dalej mam zamiar zwrócić uwagę na oddziaływanie środków językowych na poziomie interakcji, ściślej mówiąc, dostrzec ich wykorzystanie jako narzędzi perswazji.

Komunikacyjna polifunkcjonalność środków słowotwórczych jest szczególnie widoczna w dyskursie publicystycznym. Fakt ten jest uwarunkowany przez kilka przyczyn. Po pierwsze, ograniczona objętość artykułu prasowego sugeruje konieczność ścisłego wykładu materiału. W tekście tego typu środki słowotwórcze służą do zwinięcia propozycji lub kompresji semantycznej. Po drugie, wybór określonego członu gniazda słowotwórczego lub stosowanie emotywno-ekspresywnych zasobów słowotwórczych, umożliwia uwypuklenie aktualnej oznaki drogą zacieniania innych, a także sprzyja przekazaniu informacji w formie najbardziej dostępnej dla percepcji odbiorcy. Po trzecie, odpowiednio do zasady grzeczności G. Leecha (Leech 1983) i zasady kooperacji Grice'a (Grice 1985) bezpośrednia negatywna ocena obiektu mowy jest zwykle niepożądana. Prostolinijność oceny obniża efektywność oddziaływania na odbiorcę, co więcej, może spowodować negatywną ocenę nadawcy komunikatu. Najbardziej skuteczne, jak wiadomo, jest takie wykorzystanie środków językowych oraz konwersacyjnych, które potrzebuje samodzielnego (lecz z przewidywanym jednoznacznym wynikiem!) «wylizania» treści przez odbiorcę, w wyniku czego ostatni ma złudzenie samodzielnej oceny. Taka droga – «jeden z najbardziej produktywnych sposobów wpajania nowej wiedzy w model świata

odbiorcy» [Issers 2003: 162] i w tym procesie słowotwórstwo pełni niebagatelną rolę.

Badanie mediatekstów pozwoliło nam wyróżnić pragmatycznie zorientowane modele derywacyjne, aktualne dla współczesnej przestrzeni komunikacyjnej ukraińskich (rosyjsko- i ukraińskojęzycznych) środków masowego przekazu³: różnorakie rodzaje rdzennego oraz afiksального powtórzenia, słowotwórcze i graficzne okazjonalizmy różnych typów słowotwórczych, kalamburowe ujawnienie wewnętrznej formy słowa, aktywizacja struktury słowotwórczej słowa za pomocą skojarzeń z wypowiedzią precedensową, odrębne stosowanie morfemów. W celu wywołania efektu pragmatycznego używa się nie tylko normatywnych, lecz też nienormatywnych, z punktu widzenia systemu, środków. W danej sytuacji chodziło mi nie tyle o wyliczenie, ile o typologię ich funkcji. Dlatego za relewantną dla dalszego wykładu uznaję reprezentowaną w pracy G. Habrajskiej ogólną typologię etapów oddziaływania werbalnego. Niezbędną przesłanką prowadzącą do sukcesu komunikacyjnego aktu nakłaniania jest tzw. „perswazja zewnętrzna”, które zawiera w sobie kształtowanie zainteresowania odbiorcy, kreowanie pozytywnego tła emotywnego oraz pozytywnej sylwetki nadawcy. Właściwa perswazja („perswazja wewnętrzna”) idzie w trzech kierunkach: zmiana stanu wiedzy odbiorcy (propaganda informacyjna), zmiana jego postawy aksjologicznej i zmiana zachowania modelowego (agitacja) [Habrajska 2005: 108-119].

Po próbie analizy aktualnego materiału przez pryzmat tych funkcji stwierdziłam, że: po pierwsze, środków słowotwórczych używa się do realizacji czterech różnych intencji: kreowania zainteresowania odbiorcy, kreowania pozytywnej sylwetki nadawcy, kreowania sprzyjającego tła emotywnego, zmiany postawy aksjologicznej odbiorcy; po drugie zaś, że ich określone rodzaje dążą do realizacji pewnych funkcji.

3 Badanie zostało dokonane na materiałach czasopism «Дзеркало тижня» №1-44, 2006r. i «Київській телеграф» №1-43, 2006r. W celu obiektywności wyników przeprowadziliśmy ankietę wśród magistrów wydziału lingwistycznego, polecenie polegało na określeniu denotatywnej oraz konotatywnej treści badanych okazjonalizmów. Nie mając żadnych wątpliwości odnośnie pragmatycznej przynależności takich słów, chcieliśmy wyjaśnić poziom uświadomienia ich funkcji manipulacyjnej.

Proces perswazji zaczyna się od przyciągania uwagi odbiorcy, kształtowania jego zainteresowania obiektem mowy (w prasowym formacie – jest to przede wszystkim tytuł). Na poziomie słowotwórczym funkcję tę pełnią ekspresywne, lecz nie emotywno-oceniające środki, ponieważ bardziej lub mniej jawna ocena może zniechęcić część audytorium. To są przede wszystkim różnego rodzaju rdzenne i afiksalne powtórzenia. Osobliwość tej metody – ekspresja, intensywność wyrazu, lecz przy tym, brak jawnej oceny, powoduje, że rdzenne powtórzenie szczególnie często jest wykorzystywane w tytułach: „Легитимная нелегитимность”, „Адаптація адаптованого”, „Очарование и разочарования”, „Доцентрова відцентровість”, „Думи і „Думка”, „Сезонное межсезонье”, „Про „Змови” і „Замовлення”, „Бюджетные новации: прицел на инновации и т.п. ...”. Analogiczną funkcję pełni drugi typ powtórzenia – sufiksalny: «Голландцы «летучие» и невезучие», «Турботи від першої роботи».

Innym wariantem powtórzenia jest powtórzenie afiksalne, które akcentuje pewne znaczenia wartościujące. Powtórzenie przedrostków implikuje ocenę, a więc, z reguły używa się nie w tytułach, a w tekstach artykułów, będąc już środkiem oddziaływania na emotywno-aksjologiczną postawę odbiorcy: «...нас ожидает малоинтересный, бесцветный и почти бесполезный этап двусторонних отношений», „Реформи необхідні і неминучі”, „Малокреативні і малоцікаві реформи...”

Wysoki stopień ekspresji cechuje metodę **ujawnienia wewnętrznej formy słowa** drogą kalamburowej kolizji homonimicznych lub bliskich w brzmieniu tematów: „Електрофізіологія електорату”, „Основания для даты основания: юбилей Киева можно праздновать в каждом понравившемся году”, „Тарифы для будь-якого уряду – рифи”, „Не мечом, а мячом”, „Грузия: перегруз ГРУ”. Tego rodzaju pseudorozczłonkowanie, pseudomotywacja są skutecznymi środkami przyciągania uwagi odbiorcy, motywującymi go do zapoznania się z treścią artykułu. Tendencje rozwoju języka w obecnych czasach – wzmocnienie roli skrótów i moda na łacinkę – również odnajdują swoje odbicie w tytułach typu: „За VASю”.

Jako osobliwość gry z wewnętrzną formą słowa w języku prasy rozpatruję wykorzystanie **środków fonograficznych**. Okazjonalizmów fonograficznych sukcesownie używa się w dezorienta-

cyjnych tytułach: „УльтиМАТум”, „МОРАторій на інвестиції”, a również do aktualizacji kluczowego wyrazu artykułu: „Бал ПРЕКрасных доСТИЖений», „ПЕРСОНАльна проблема”. Należy zauważyć, że tego rodzaju gra słowna często pełni funkcję podwójną: przyciągania uwagi odbiorcy i jednoczesnego ukrytego oddziaływania na jego postawę aksjologiczną, za pomocą wyodrębnienia komponentów z pozytywną lub negatywną konotacją (patrz ww. przykłady). Analogiczne nakładanie się funkcji widoczne jest także przy aktywizacji słowotwórczej struktury słowa za pomocą **skojarzenia z wypowiedzią precedensową**: „Часи розвиненого „кучмізму” (por.: czasy rozwiniętego socjalizmu), „ющенківська відлига” (por.: odwilż chruszczowska), «Битва на ОДРЕ» (por.: bitwa na Odrze – historyczne wydarzenie i słynny film) itd. Możliwość wykorzystania podobnych wypowiedzi w tytułach tłumaczy się określoną implikacją zawartej w nich oceny.

Nieliczne, ale bardzo ekspresywne są sposoby gry słowotwórczej, polegającej na oddzielaniu morfemów „działających” w tytułach również w celu przyciągania uwagi: „Залізна леді ,яка створила свій власний „изм” (o M. Thatcher i thatcheryzmie), „Единение: „объ-„ или „присо-” ?”- chociaż warto zauważyć, że ta metoda może być stosowana w odniesieniu raczej do wysokointelektualnego audytorium.

Realizację funkcji kreowania atrakcyjnej sylwetki nadawcy i pozytywnego tła emotywnego, a także zmianę postaw aksjologicznych odbiorcy, osiąga się drogą stosowania różnorodnych niestandardowych, niekodyfikowanych środków poziomu słowotwórczego. Zdaniem wielu badaczy mowa współczesna dąży do «swobody werbalnej». W dziedzinie słowotwórstwa ujawnia się to nie tylko w aktywnym wykorzystaniu zasobów uzualnych, lecz również nieuzualnych środków języka. Skutecznym środkiem realizacji intencji komunikacyjnych nadawcy są **okazjonalizmy** – indywidualno-autorskie neologizmy. Słowa te zawsze mają wartość pragmatyczną, a ich ekspresywność ma charakter inherentny, lecz specyfika funkcji zależy od ich rodzaju:

- 1) ekspresywne, lecz nie emotywno-oceniające stosowane są, jak świadczy analiza, dla skrócenia dystansu komunikacyjnego, modelowania sylwetki nadawcy «swój chłop», a również dla stwo-

- rzenia niewymuszonej atmosfery komunikacyjnej i dla wzmocnienia zaufania do nadawcy, obniżenia krytycyzmu odbiorcy;
- 2) emotywno-ekspresywne, planowo strukturujące wyobrażenie odbiorcy o obiekcie mowy, a zatem, powodujące zmiany w wyznaczonym kierunku postaw aksjologicznych odbiorcy.

Rozpatrzmy, jakie sposoby słowotwórstwa okazjonalnego są najbardziej aktualne dla realizacji tych intencji.

Najwyższą frekwencję ujawnia uniwerbizacja sufiksalna – technika słowotwórcza polegająca na tym, że derywat według formy koreluje z jednym słowem, a według znaczenia – z całym motywującym związkiem wyrazowym. Na przykład: регионалы, региональники, „ДОНЫ” (członkowie partii „Regiony Ukrainy”), нашеукраїнцы (członkowie partii „Nasza Ukraina”). Wariantami uniwerbizmów są nazwy członków partii według imienia jej lidera: „літвіновці” (członkowie partii W. Lytwyna), „тимощенківці” (członkowie partii J. Tymoszenko), lub z wykorzystaniem skrótowca nazwy partii: „бютівці” (członkowie partii БІОТ). Jak wynika z analizy, stopień negatywności jest regulowany przez przyrostek. Ww. przykłady reprezentują raczej ekspresję (ocena często jest uzależniona od kontekstu), rzadziej – lekceważące nastawienie lub lekki odcień ironii, czyli pełnią w większym stopniu funkcję skrócenia dystansu komunikacyjnego, wzmagania zaufania do nadawcy. W tym samym celu wykorzystuje się nazwy skrótowo-złożone: нардепы, эдеки, политпейзаж, политгусовка, które w aspekcie stylistycznym zbliżają się do mowy potocznej profesjonalnej. Są one ekspresywne, lecz nieemotywnie.

Inny charakter mają okazjonalizmy emotywno-ekspresywne stosowane dla celowego oddziaływania na wartościującą sferę odbiorcy. Przedstawię możliwe warianty.

1. Najbardziej «trafne» neologizmy autorskie są oczywistymi aluzjami do pojęć z wyraźną konotacją negatywną. Wirtuozowskim przykładem tego rodzaju mogą służyć etykiety-aluzje «нашисты» (por. фашисты, нацисты), розоносцы (w odniesieniu do członków partii СДПУ(о), oczywiste skojarzenie ze słowem «рогносцы» odnotowane przez wszystkich respondentów).
2. Negatywne wartościowanie tkwi w semantyce afiksu. Tak wyraźne negatywne wartościowanie posiadają okazjonalizmy

z przyrostkiem -ист: „уэнписты” (członkowie partii УНП), „оранжисти” – wszyscy respondenci zaznaczyli wysoki stopień ekspresji tych wyrazów oraz werbalizowali widoczne negatywne skojarzenia; -изм «оранжизм вращивается западными садоводами», -уха: коалиционная „прессуха”

3. Sem negatywnej oceny może zostać zaktualizowany w słowotwórstwie afiksalnym przez rdzeń (пожовтіння всього інформаційного середовища, „дикий олигархат”, „абсолютный олигархат”.) lub – przy złożeniu tematów albo słów – przez jeden z rdzeni: реформофрения (o reformie systemu ochrony zdrowia), крахоуправление (o rozdzieleniu upoważnień w sprawie rozwiązania problemów firm-bankrutów), Еврозона. W każdym z przypadków jedna z części zawiera negatywną konotację (-френия – jako wskazówka na nieprzyjemną chorobę, крах – na stan upadku, -зона – aluzja do „strefy więziennej”).
4. Negatywna ocena obiektu mowy powstaje na skutek paradoksalnej kolizji sprzecznych pojęć: удревнение истории, безмэрия (stan miasta przy braku mera), wariant: двухмэрия.
5. Dość skutecznym środkiem realizacji strategii emotywno-aksjologicznej jest również **metaforyczne lub metonimiczne przeniesienie** nazwy. Nie zatrzymując się na tym specjalnie podaję tylko jeden jaskrawy przykład tego rodzaju: «Люби друзи» – na zewnątrz „niewinna” nazwa proprezydenckich sił politycznych (czasem – przyjaciół i krewnych prezydenta lub nawet konkretnej postaci politycznej) – zawiera dość zjadliwą ironię, odnotowaną przez wszystkich respondentów. Manipulacyjny potencjał takich derywatów jest uwarunkowany przez ich kognitywne pochodzenie: sfera-źródło modelu zawiera trwale znaczenia pragmatyczne i określoną ocenę, a jednocześnie odbiorca ma iluzję samodzielnego podjęcia decyzji.

A więc, środki słowotwórcze w trakcie działania werbalnego pełnią następujące funkcje:

1. Wykorzystanie rdzennego i sufiksального powtórzenia, ujawnienie wewnętrznej formy słowa za pomocą kalamburu lub fonograficznego wyodrębnienia części słowa, aktywizacja słowotwórczej struktury słowa za pomocą skojarzeń z wypowiedzią precedensową, osobne wykorzystanie morfemów pełnią przeważnie

funkcję kształtowania zainteresowania odbiorcy, przyciągania jego uwagi.

2. Ekspresywnych, nieemotywnych okazjonalizmów różnych typów strukturalnych używa się w celu skrócenia dystansu komunikacyjnego, wzmagania zaufania do nadawcy, imitacji niewymuszonej atmosfery konwersacji «swoich» ludzi – czyli w celu wykreowania porządanej sylwetki nadawcy oraz pożądanego, emotywnego tła komunikacji.
3. Okazjonalizmy zawierające ukryte oceny są jednym z narzędzi kreowania implikatur wartościujących, jednym z najskuteczniejszych sposobów manipulacji świadomością społeczną.

Na zakończenie zaznaczę, że środki słowotwórcze oczywiście są tylko jednym ze składników całego systemu perswazji i manipulacji językowej, a jednak składnikiem wyrazistym, wpływowym i, jak się wydaje, bardzo efektywnym.

Bibliografia:

- Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход // автореферат диссертации...доктора филологических наук, Челябинск, 2006.
- Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М., 1985.
- Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М., 2005.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи, М., 2006.
- Кудрявцева Л.О., Дядечко Л.П., Дорофеева О.М., Филатенко Л.О., Черненко Г.А. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція // Мовознавство, 2005, №1, С.58 – 66.
- Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 17.
- Awdziejew A. *Strategie Konwersacyjne* W: Acta universitatis lodziensis. Folia litteraria polonica 7, 2005, s.127-150.
- Nabrajska G. *Nakłanianie, perswazja, manipulacja językowa*. W: Acta universitatis lodziensis. Folia litteraria polonica 7, 2005, s.91-126.
- Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. N. Y., 1983.