

Wprowadzenie

Chwyty perswazyjne w różnych dyskursach

Zbiór tekstów poświęconych stosowaniu różnych sposobów oddziaływania na odbiorcę otwiera ogólny zarys wyróżniania dyskursów na podstawie sposobów argumentowania, opracowany przez Aleksego Awdiejewa. Stanowi on wprowadzenie do dalszych rozważań, związanych z konkretnymi dyskursami. Wskazanie na zbieżność sposobów dowodzenia w dyskursach retorycznym i matematycznym czy fizycznym przedstawia Jakub Z. Lichański. Kolejne teksty ukazują sposoby analizy różnych komunikatów perswazyjnych od strony ich odbiorcy, a następnie od strony ich nadawcy. Taki układ przyjmujemy dlatego, że najpierw musimy rozpoznać chwyt stosowane w tekstach, żeby je powielać lub odrzucać jako nieskuteczne i w odniesieniu do nich tworzyć nowe, oryginalne, silniej wpływające na odbiorcę. Analizie perswazji i argumentacji aksjologicznej w tekstach publicystycznych poświęcone są rozważania Grażyny Habrajskiej, Piotra Lewińskiego, Elżbiety Laskowskiej, Anny Barańskiej-Szmitko i Anity Filipczak-Białkowskiej, w których autorzy prezentują różne metody badawcze. Kolejny tekst stanowi bardzo interesujące opracowanie Jolanty Antas i Michała Kozenia, demaskujący niespójność komunikatów werbalnych z niewerbalnymi w wypowiedziach polskich polityków. To bardzo ciekawe studium obnażające kłamstwa, niepewność, agresję itd., serwowane telewizjom i internautom. Grupę tekstów, ukazujących różne chwyt perswazyjne stosowane przez nadawców komunikatów, otwiera opracowanie Zbigniewa Nęckiego, przedstawiające perswazję z perspektywy psychologicznej. W kręgu zagadnień psychologicznych porusza się również Karolina Dobrosz-Michiewicz. Natomiast opracowania Marka Ostrowskiego, Krzysztofa Korzyka i Doroty Garbicz ukazują wybrane aspekty filozoficzne argumentacji. Ostatnią grupę tworzą teksty pokazujące chwyt perswazyjne w różnych dyskursach, bogato ilustrowane przykładami. Bardzo interesujące spostrzeżenia na temat perswazji (a może jednak manipulacji?) w rosyjskich internetowych serwisach informacyjnych prezentuje Aleksander Kiklewicz, a w polskich programach informacyjnych – Wiesław Czechowski. Na pograniczu perswazji i manipulacji sytuuje się także omówiony przez Anitę Filipczak-Białkowską mechanizm generowania luki informacyjnej. Manipulacyjny charakter mają również reklamy prezentowane w formie zwiastunów filmowych, o czym pisze Agnieszka Barczyk-Sitkowska. W kolejnych tekstach mamy pokazaną perswazję w dyskursie specjalistycznym (Krzysztof Ozga i Agnieszka Ozga) oraz w dyskursie komicznym (Wiesław Czechowski i Krzysztof Ozga).

prof. dr hab. Grażyna Habrajska
kierownik konferencji