

Aleksander Kiklewicz*

Perswazja poprzez segmentację wiadomości w rosyjskich internetowych serwisach informacyjnych

Pamięci Profesora Walerego Pisarka

W prezentowanym artykule zostanie omówione zjawisko perswazji realizowanej w rosyjskich serwisach informacyjnych w Internecie. Perswazyjny charakter komunikacji publicznej w ostatnich dziesięcioleciach stał się zjawiskiem powszechnie spotykanym, co zostało ujęte w koncepcji gramatyki komunikacyjnej. W drugim tomie książki Aleksego Awdiejewa i Grażyny Habrajskiej czytamy: „[...] Dążenia autorów tekstów publicystycznych do wpływu na odbiorców można określić jako podstawowy cel komunikacyjny stylu publicystycznego”¹. Specyfika pozycjonowania informacji dziennikarskiej w Internecie powoduje, że ta ogólna dominanta komunikacyjno-impresyjna realizuje się ze szczególną intensywnością, czemu służy odseparowanie poszczególnych segmentów tekstu i swoista supremacja, tzn. wyeksponowanie i preferowanie wyodrębnionych rodzajów informacji. Na materiale rosyjskich serwisów informacyjnych w Internecie zostanie pokazane, jak działa celowo stosowany przez dziennikarzy mechanizm sterowania interpretacją zawartej w tekstach informacji semantycznej. Uwaga zostanie ponadto zwrócona na to, jak do tego przyczynia się środowisko wizualne komunikacji w Internecie.

* Prof. dr hab., Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, e-mail: akiklewicz@gmail.com.

1 A. Awdiejew, G. Habrajska, *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask 2006, s. 257.

Segmentacja a specjalizacja funkcjonalna

Zjawisko segmentacji, czyli wyodrębnienia w tekście „pojedynczych składników struktury, mających określoną formę i funkcje zarówno kompozycyjne, jak i semantyczno-pragmatyczne”², jest charakterystyczne dla wielu gatunków komunikacji językowej, w szczególności dla tekstów dziennikarskich. Struktura globalna tekstu przewiduje jego podział na tytuł, główkę, korpus i śródtytuły³. Przy tym należy uwzględnić ważną rolę, jaką odgrywają różnego rodzaju towarzyszące elementy parawerbalne, przede wszystkim ilustracje w postaci zdjęć, schematów, wykresów itd.

Poszczególnym segmentom przysługuje specjalizacja funkcjonalna. Funkcja nagłówka przede wszystkim polega na zwracaniu uwagi oraz tematyzowaniu informacji, podczas gdy korpus powinien zawierać rozwinięcie tematu, jego interpretację, wnioski itp. Walery Pisarek pisze, że w tekstach prasowych, zwłaszcza publicystycznych, najwłaściwsze są takie, które są zbudowane według zasady: „Pierwsze zdanie wyraża główną myśl, której rozwinięciem, swego rodzaju dokumentacją, są zdania następane”⁴.

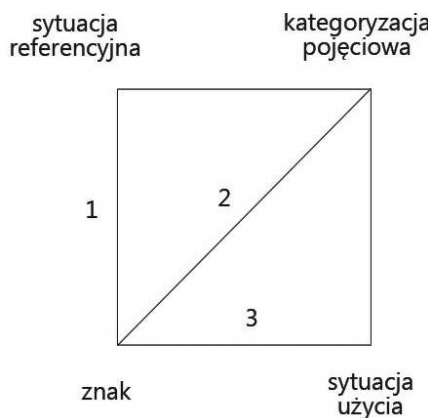
Założenie o specjalizacji funkcjonalnej wymaga operacjonalizacji sfery zawartości tekstu prasowego, a przede wszystkim typologii informacji. Uważam, że na rzecz analizy komunikacyjnej tekstów dziennikarskich można ograniczyć się do wyodrębnienia trzech rodzajów informacji przetwarzanej w procesach komunikacji publicznej. Rodzaje te można wywnioskować z modelu (tekstu jako) znaku, w którym (nieco szerzej niż jest to przyjęte w tradycji semantycznej, np. w znanej koncepcji Charlesa K. Ogdena i Ivora A. Richardsa⁵) znakowi przysługują trzy typy odniesień: 1) do sytuacji referencyjnej (w rzeczywistości lub w jednym z możliwych światów); 2) do jej interpretacji pojęciowej (kategoryzacji w postaci frejmów, skryptów itd., w tym interpretacji fenomenologicznej, zwłaszcza ideologicznej, aksjologicznej i in.); 3) do sytuacji użycia, w których powstają interpretacje dotyczące postaw i planów zachowań.

2 M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 21.

3 I. F. Uchwanowa-Szmygowa zaznacza, że skonwencjonalizowana struktura tekstu prasowego umożliwia maksymalnie szerokie audytorium jego odbioru, zob.: И.Ф. Ухванова-Шмыгова, *Газета — аудитория: типология речевого взаимодействия (на материале белорусской печати)*, [w:] *Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов*, I, red. И.Ф. Ухванова-Шмыгова, Минск 1998, s. 190.

4 W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002, s. 162.

5 C.K. Ogden, I.A. Richards, *The Meaning of Meaning. A Study of The Influence of Language upon Thought and of The Science of Symbolism*, London 1969, s. 11 i n.



Rysunek 1. Kwadrat semantyczny:
trzy rodzaje informacji
Źródło: opracowanie własne.

Każdej z wyodrębnionych (i oznakowanych na rysunku za pomocą symboli 1, 2, 3) relacji odpowiada odrębna funkcja informacyjna: 1) informacja ekstensjonalna (faktywna), tzn. przedstawienie stanów rzeczy; 2) informacja intensjonalna, tzn. upojęciowienie desygnatu, skojarzenie go z zagnieżdżeniem pojęciowym, istniejącym w poznawczym systemie człowieka (tzw. *Weltanschauung*⁶); 3) informacja pragmatyczna, zwłaszcza dotycząca tego, w jaki sposób odbiorca komunikatu powinien zachowywać się w związku z sytuacją referencyjną. Wyodrębnione rodzaje informacji mogą być zinterpretowane jako poziomy interakcji, co m.in. obowiązuje w modelu komunikacji według zasady „pragmatyka na bazie semantyki”⁷: informacja ekstensjonalna stanowi podstawę informacji intensjonalnej, a ta z kolei umożliwia interpretację pragmatyczną. Na każdym poziomie przetworzenia informacji są wykorzystywane różne rebusy intelektualnej kompetencji człowieka: na pierwszym etapie, aby zrozumieć informację o stanach rzeczy, jest potrzebna wiedza językowa, a także w pewnym stopniu wiedza encyklopedyczna, pewien zasób doświadczeń. Na drugim etapie, przetwarzając informację intensjonalną, odbiorca potrzebuje bardziej rozbudowanej kompetencji kulturowej (albo też międzykulturowej, w zależności od charakteru interakcji), tak aby móc przyporządkować informację faktywną pewnym kategoriom pojęciowym, ogólnym w obrębie wspólnoty kulturowej (w jej całym wymiarze albo w wymiarze subkulturowym). Wreszcie na trzecim etapie informacja jest przetwarzana przy uwzględnieniu doświadczeń zdobytych przez odbiorców w życiu społecznym, kompetencji pragmatycznej, jak również ich oceny bieżących wydarzeń, szczególnie tych, do których nawiązuje nadawca komunikatu.

6 Zob.: Metzler *Lexikon. Medientheorie – Medienwissenschaft*, red. H. Schanze, Stuttgart-Weimar 2002, s. 163.

7 Zob.: A. Kikiewicz, *Czwarte królestwo. Język a kontekst w dyskursach współczesności*, Warszawa 2012, s. 51 i n.

Zasada „pragmatyka na bazie semantyki” jednak nie zawsze obowiązuje w komunikacji publicznej – dość często te poziomy się odwracają i wówczas mamy do czynienia z sytuacją, gdy informacja pragmatyczna (w tle określonych behawioralnych nastawień nadawcy i odbiorcy) jest przetwarzana na pierwszym etapie. Wówczas informacja ekstensjonalna i intensjonalna stanowią charakter pomocniczy, komentujący lub ilustrujący. Zachodzi to np. w przypadku, gdy początkowe fragmenty tekstu (tytuł i główka) niezupełnie nawiązują do treści semantycznej korpusu. Jak pisze Anna Duszak, „tytuł, który zaskakuje, może być rozwiązaniem taktycznym w danym kontekście. Podobnie jak zatarcie bądź zafałszowanie w tytule globalnych znaczeń tekstu może być działaniem celowym”⁸. Wspomniane tu działanie celowe polega na wyeksponowaniu przez nadawcę własnej intencji pragmatycznej, co wpływa na sposób semantycznej interpretacji tekstu przez odbiorcę. Nastawienie na perswazję oznacza przeniesienie elementów konwencji publicystycznej do sfery wiadomości. W związku z tym można odwołać się do opinii Pisarka, który rozróżnia strategie komunikacyjne w przypadku tekstów wyprofilowanych semantycznie (tzw. informacyjnych) i tekstów wyprofilowanych pragmatycznie (tzw. publicystycznych):

[...] Zróżnicowane wymagania stawia się nagłówkom wiadomości i publicystyki. Niby zawsze nagłówek ma w maksymalnie skondensowanej formie przekazywać to, co zawiera cała wypowiedź. Ale w nagłówku wiadomości chodzi o odpowiedź na pytanie „Co się stało?”. [...] Inaczej i czym innym starają się pozyskać odbiorcę nagłówki wypowiedzi publicystycznych. Nie nowina, ale opinia wybija się w nich na pierwszy plan. Ta zaś może zainteresować między innymi z trzech powodów: 1) dotyczy sprawy lub dziedziny interesującej danego odbiorcę; 2) jest atrakcyjnie wyrażona; 3) wypowiada ją osoba kompetentna. Mówiąc po prostu: odbiorcę interesują sądy innych ludzi w zależności od tego, o czym się mówi, jak się mówi i kto mówi⁹.

W Internecie eksponowaniu informacji pragmatycznej służą środki, które w większym stopniu niż w przypadku mediów drukowanych umożliwiają dyspozycjonowanie, tzn. rozmieszczenie w różnych oknach poszczególnych segmentów tekstu, takich, które są skonfigurowane zgodnie z dominantą semantyczną, i takich, które w pierwszej kolejności eksponują informację pragmatyczną. Lingwistyczne i semiotyczne podstawy takiego dyspozycjonowania zostaną omówione w kolejnym punkcie.

⁸ A. Duszak, *Tekst. Dyskurs. Komunikacja międzykulturowa*, Warszawa 1998, s. 129.

⁹ W. Pisarek, dz. cyt., s. 163.

Anons, kulisy, torowanie, sterowanie

W komunikacji językowej – na jej różnych poziomach – często zachodzi zjawisko, gdy pewna część zaplanowanej do przekazywania informacji zostaje wyodrębniona i ulokowana w inicjalnej pozycji. Jest to celowy zabieg nadawcy, który dąży do tego, żeby odbiorca w pierwszej kolejności skierował uwagę na wyodrębniony element powiadomienia. W językoznawstwie rosyjskim, za Olgą A. Łaptiewą¹⁰, przyjęto termin „mianownik tematu” (ros. *именительный темы*): jest to syntaktem rzeczownikowy, zajmujący pozycję na początku zdania i informujący o jego temacie (czyli o bazie, w terminologii współczesnej semantyki kognitywnej). Chodzi o konstrukcje typu:

- (1) Моя соседка Анна Ивановна, она очень практическая женщина [‘Moja sąsiadka Anna Iwanowna, jest to bardzo praktyczna kobieta’].

W innych teoriach lingwistycznych także znajdujemy odniesienia do tego zjawiska: w gramatyce funkcjonalnej Simona C. Dika w podobnym znaczeniu stosuje się kategorię „tematu”¹¹, a w pracach szkoły praskiej – pojęcie „kulisy”¹².

Tego rodzaju segmentacja (czy też fragmentacja, parcelacja) zdania zachodzi także w przypadku rozszczepienia argumentu propozycjonalnego, gdy jednemu z jego elementów przyporządkowuje się odrębną pozycję syntaktyczną na początku wypowiedzenia¹³:

- (2) O Janie wiedziałem, że pracuje w sklepie.

W porównaniu z formą podstawową, za którą można uznać zdanie:

- (3) Wiedziałem, że Jan pracuje w sklepie,

zdanie z fragmentacją bardziej służy wyeksponowaniu tematu zdania zależnego (‘Będę mówił na temat Jana; wiedziałem, że Jan pracuje w sklepie’) i służy torowaniu, czyli *primingowi* w terminologii angielskiej: nadawca dąży do tego, aby zarządzić uwagę odbiorcy, podpowiadać mu pożądany charakter interpretacji treści wypowiedzenia. W pozycji tematu stan rzeczy, o którym ma zamiar zako-

¹⁰ Zob. O. Лаптева, *Русский разговорный синтаксис*, Москва 1976, s. 140.

¹¹ Zob. S.C. Dik, *Functional Grammar*, Dordrecht 1981.

¹² Więcej o tym zob. J. Mazur, *Organizacja tekstu potocznego. Na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego*, Lublin 1986, s. 246 i n.

¹³ Więcej o tym zob. S. Karolak, *Podstawowe struktury składniowe języka polskiego*, Warszawa 2002, s. 104.

munikować nadawca, jest reprezentowany w szczególny sposób. Fakt, że Jan pracuje w sklepie, został wstępnie zasygnalizowany jako coś, co dotyczy Jana. W ten sposób fragmentacja zdania pozwala na profilowanie/portretowanie sytuacji jako <sytuacji z udziałem Jana> i spowodowanie, że w świadomości adresata zostanie uruchomione określone ognisko pobudzenia (ufundowane na frejmie <Jan>).

Kulisy, jak widzimy, funkcjonują w komunikacji językowej jako narzędzie *primingu*, który, jak wiadomo, polega na wykorzystaniu wstępnie określonych (zmagazynowanych w pamięci długotrwałej) kryteriów, modeli kognitywnych, służących do oceny informacji semantycznej, szczególnie dotyczącej rzeczywistości społeczno-politycznej¹⁴. Wyeksponowanie pewnej informacji w pozycji inicjalnej służy do podpowiedzenia odbiorcy kategorii pojęciowej (o statusie dominanty semantycznej¹⁵), w odniesieniu do której powinien on zinterpretować całość informacji. Jak czytamy w artykule Ewy Nowak i Rafała Riedla, „istota *priming* [...] przejawia się w tych wszystkich sytuacjach, kiedy media próbują swojej publiczności zasugerować swego rodzaju *benchmark*, punkt odniesienia, względem którego powinni dokonywać swojej oceny działalności podmiotów politycznych”¹⁶.

Na poziomie tekstu (w różnych sferach komunikacji) zjawisko segmentacji ma charakter regularny. We współczesnej stylistyce prasowej, a także w stylistyce internetowych serwisów informacyjnych szczególną rolę odgrywają anonsy, m.in. w postaci odseparowanych od korpusu i wyniesionych na stronę główną tytułów i główek. Pierwsze strony niektórych gazet (nawet prasy jakościowej, jak np. w przypadku rosyjskiej „Nowej gazety”) są w całości wypełnione przez anonse. W tej pozycji pełnią one kilka funkcji: informacyjną, kreacyjną, fascynacyjną i perswazyjną. Informacja polega na przedstawieniu określonych stanów rzeczy, ale obraz rzeczywistości zawsze jest selekcyjny, preferujący ideologiczne nastawienie nadawcy, a więc zwykle subiektywny i bardziej lub mniej zniekształcony. Powszechne w tych sytuacjach wartościowanie (najczęściej negatywne) powoduje, że odbiorowi towarzyszy doznanie (większej lub mniejszej) fascynacji, która wzmacnia efekt perswazji – sterowania postawą i zachowaniem odbiorcy.

Kulisy, czyli – w przypadku serwisów informacyjnych – odseparowanie pewnych segmentów struktury globalnej tekstu i nadanie im statusu najbardziej reprezentacyjnych, kluczowych, esencjonalnych, są o tyle skuteczne, że funkcjonal-

¹⁴ Zob.: E. Nowak, *Koncepcja primingu w studiach nad komunikowaniem politycznym*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2(49), s. 117.

¹⁵ O pojęciu dominanty semantycznej zob. A. Kiklewicz, *Dominanta semantyczna jako czynnik rozumienia wypowiedzi i tekstu*, „Język Polski” 2007, t. 87, nr 1, s. 3–15; A. Kiklewicz, *Dominanta semantyczna w komunikacji językowej*, [w:] Паланістыка – Полоністыка – Polonistyka 2007, red. A. Kiklewicz, S. Ważnik, Мінск 2008, s. 85–116.

¹⁶ E. Nowak, R. Riedel, *Agenda setting, priming, news framing. Analiza porównawcza telewizyjnych audycji informacyjnych TVN i TVP1 w okresie kampanii przedwyborczych w Polsce 2005 i 2007 r.*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, t. 51, nr 1–2, s. 71.

nie spełniają się w sytuacjach dwóch typów: po pierwsze, w sytuacji, gdy odbiorca otrzymuje w treści anonsu wskazówki co do sposobu interpretacji tekstu głównego, do którego zwraca się w kolejnym oknie; po drugie, w sytuacji, gdy odbiorca zadawała się treścią anonsu, szczególnie jeśli nawiązuje on do wcześniej zaistniałej i wciąż aktywnej w świadomości człowieka strefy pobudzenia, zainteresowania. Wówczas odbiór tekstu zamyka się na kulisach, które wzmacniają trwałe przekonania odbiorców.

Oczywiście, nie można wszystkiego ideologizować – zawsze, szczególnie w Internecie, pozostaje miejsce na pragmatykę użytkową. Należy zdawać sobie sprawę, że segmentacja wiadomości pełni ponadto funkcję użyczeniową, a mianowicie pozwala na wykorzystanie okien ekranowych w celu zamieszczenia reklam.

Propaganda polityczna w rosyjskim Internecie

W rosyjskich serwisach internetowych regularnie występuje zjawisko dewiacji semantycznej, tzn. przekazywanie komunikatów kontrfaktycznych, falsyfikujących rzeczywistość, szczególnie jeśli chodzi o dziennikarstwo polityczne¹⁷. Falsyfikacja staje się szczególnie skuteczna, jeśli wiadomościom nadaje się odpowiedni status komunikacyjny. Chodzi tu o wspomnianą już segmentację i posługiwanie się techniką anonsów, w których treści eksponuje się informację aksjologiczną i częściowo pragmatyczną, a informacja ekstensjonalna przeważnie ma charakter kontrfaktyczny. Tekst informacji celowo dzieli się na części, z których anons (zwykle wraz z towarzyszącym zdjęciem¹⁸) jest zamieszczany na głównej stronie (w oknie startowym) portalu internetowego. Odbiorca w pierwszej kolejności ma dostęp do anonsu, który – dzięki nacechowaniu aksjologicznemu i szczególnej ekspresji – tworzy określone ramy interpretacji zjawiska, które zostanie opisane w korpusie zamieszczonym w kolejnych oknach. Zanim odbiorca przejdzie (jeśli tak się stanie) do korpusu, zostanie ukierunkowany co do głównego motywu tekstu i przesłania komunikacyjnego, jak również oczekiwanej od niego reakcji. Spekulacje tego rodzaju w rosyjskich serwisach informacyjnych mają charakter masowy, zwłaszcza w ostatnim dziesięcioleciu, gdy państwo przejęło kontrolę

17 Więcej o tym zob. A. Kiklewicz, *Политическая пропаганда в современных российских СМИ: эпистемологический аспект*, „Przegląd Wschodnioeuropejski” 2015, nr 6/2, s. 188 i n. Wiele informacji na ten temat można znaleźć w publikacjach Radia Swoboda, np.: <http://www.svoboda.org/media/photogallery/25411127.html> [dostęp: 18.04.2018].

18 Zdjęcie niekoniecznie przedstawia prawdziwy, opisywany w tekście stan rzeczy – środowisko wizualne w Internecie jest obszarem licznych spekulacji, zob. A. Kiklewicz, *Политическая пропаганда...*, s. 192; tenże, *Infantylizm semantyczny w dyskursach publicznych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2015, t. 58, nr 4, s. 782.

над медиами массовыми¹⁹. За przykład może posłużyć популярный росыjski портал интернетowy Rambler.ru. W grudniu 2015 r. w oknie startowym tego portalu pojawił się anons:

(4) Теракты против россиян [‘Akty terrorystyczne przeciwko Rosjanom’].



Rysunek 2. Okno startowe rambler.ru – informacja o aktach terrorystycznych przeciwko Rosjanom
Źródło: <https://www.rambler.ru/> [dostęp: 18.04.2018].

¹⁹ Czołowy росыjski medioznawca J. I. Zасурки w związku z tym pisze: „Администрация президента Путина выдвинула концепцию укрепления государственных СМИ, и возникла новая модель средств массовой информации — подконтрольных государственных СМИ. [...] Развитие этой модели соответствовало стремлению укрепить вертикаль управления в России” [„Администрация президента Путина высунęła концепcję wzmocnienia państwowego sektora mediów масовых, na skutek czego powstał nowy model komunikacji publicznej, w którym środki масового przekazu są podporządkowane państwu. [...] Rozwój tego modelu miał wzmocnić koncepcję władzy wertykalnej”], zob. Я.И. Засурский, *Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества*, [в:] *Средства массовой информации России*, ред. М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартамова и др., Москва 2008, s. 6–8.

W kolejnym oknie możemy przeczytać streszczenie wiadomości (w postaci lidu):

- (5) В Турции готовят расправы над туристами из России [заголовок]. Центральное разведывательное управление США (ЦРУ) поделилось с Турцией данными спецслужб, согласно которым на территории страны могут готовиться теракты против туристов из России, сообщает Haberturk [W Turcji są szykowane rozprawy nad turystami z Rosji (nagłówek). Centralna Agencja Wywiadowcza USA (CIA) przekazała władzom Turcji informację służb specjalnych, według której na terenie kraju mogą być przygotowywane akty terrorystyczne przeciw turystom z Rosji — informuje Haberturk].

Informacja zawarta w anonsie i informacja zawarta w lidzie, jak widzimy, istotnie się różnią. Anons (za sprawą supozycji) jednoznacznie daje do zrozumienia, że ataki terrorystyczne przeciw rosyjskim turystom w Turcji są faktem dokonany. Natomiast lid przedstawia stan rzeczy inaczej: akty terrorystyczne są możliwe, i to według opinii amerykańskich specjalistów z CIA, która współpracuje z tureckim rządem w celu zapobiegania terroryzmowi.

W kolejnym, trzecim oknie (<https://rns.online/news/2015/12/10/TSRU-predupredilo-Turtsiyu-o-vozmozhnih-teraktah-protiv-rossiyan>) mamy dostęp do autentycznej informacji prasowej pod tytułem:

- (6) ЦРУ предупредило Турцию о возможных терактах против россиян [‘CIA poinformowało Turcję o możliwych aktach terrorystycznych przeciw Rosjanom’].

Jak widzimy, w tym trzecim przypadku ta sama sytuacja została wyprofilowana zupełnie inaczej: teraz na pierwszym planie nie są ataki na Rosjan czy Rosjanie jako ofiary zamachów, lecz asekuracyjna, w zasadzie pokojowa działalność CIA i jej współpraca z tureckim rządem. Z tekstu głównego dowiadujemy się, że agresja przeciw Rosjanom może być związana z katastrofą rosyjskiego samolotu w Egipcie (w co Turcja nie była zamieszana), a napady na rosyjskich turystów planują trzej Palestyńczycy i terrorysta z Państwa Islamskiego. Czytamy także, że władze tureckie poinformowały o tym administrację wszystkich prowincji w celu kontrolowania sytuacji i uniemożliwienia napadów.

Na skutek fragmentacji i dyspozycjonowania informacja prasowa uległa dywersyfikacji: o ile tekst główny przede wszystkim zawiera informację o amerykańsko-tureckich działaniach antyterrorystycznych, o tyle anons stwierdza napady jako fakt dokonany, sugerując obraz Rosji jako ofiary, jak również obraz świata wrogiego wobec Rosji.

Komunikacyjna strategia twórców portalu internetowego, jak się wydaje, jest dość czytelna: poprzez fragmentację i szczególne uramowanie informacji stwarza się efekt *primingu* – sterowanie interpretacją wiadomości dziennikarskiej, jej podporządkowanie idei wrogiego świata, a poprzez to wzmocnienie w świadomości użytkowników postawy antytureckiej i w pewnym stopniu antyzachodniej.

W teorii argumentacji jest znana zasada „*Ab esse ad posse valet consequentia*” – „wszelkie prawdziwe zdanie jest jednocześnie zdaniem możliwym”²⁰. Implikacja odwrotna jest nieważna: możliwość pewnego stanu rzeczy nie oznacza jego rzeczywistości. W komunikacji językowej, szczególnie nastawionej na perswazję, zasada „*A posse ad esse*” (czyli: możliwe, a więc realne, dokonane) jest jednak eksploatowana z dużą częstotliwością²¹. W rozważonym wyżej przykładzie możliwe akty terrorystyczne ujęto w tekście anonsu jako dokonane. Według tej samej zasady został skonstruowany anons informacji dziennikarskiej, zamieszczonej w głównym oknie Rambler.ru 29 marca 2017 r. Anons ten brzmi:

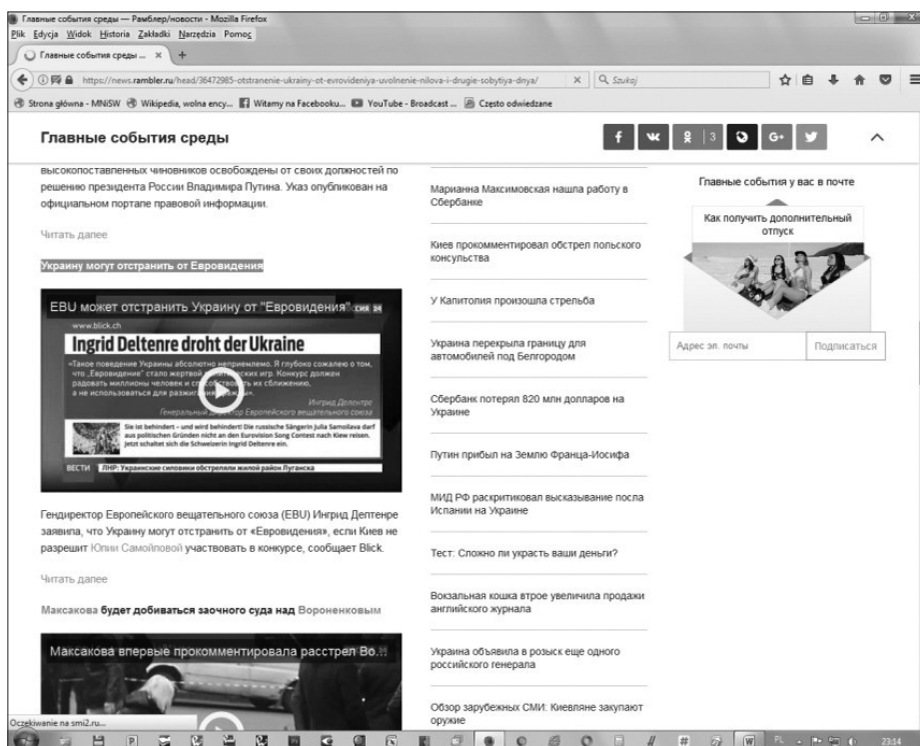
(7) «Отстранение» Украины от Евровидения [‘Wyłączenie Ukrainy z Eurowizji’].

Podobnie jak w rozpatrzonym przypadku, mamy tu do czynienia z konstrukcją syntaktyczną w postaci grupy nominalnej, ufundowanej na rzeczowniku abstrakcyjnym. Taka forma językowa (mimo nieco zagadkowego cudzysłowu) domyślnie (skoro brak jakichkolwiek modyfikacji semantycznych rzeczownika głównego) zakłada presupozycję egzystencjalną: *Stało się/jest faktem dokonanym, że...* Innymi słowy, po przeczytaniu tego anonsu odbiorca powinien zdawać sobie sprawę z tego, że Ukraina została pozbawiona możliwości prowadzenia Konkursu Piosenki Eurowizja 2017. Chcąc otrzymać więcej informacji na ten temat, otwieramy, zgodnie z linkiem, kolejne okno.

(8) Україну могут отстранить от Евровидения (заголовок). Гендиректор Европейского вещательного союза (ЕВU) Ингрид Делтенре заявила, что Україну могут отстранить от «Евровидения», если Киев не разрешит Юлии Самойловой участвовать в конкурсе, сообщает Blick [Ukraina może stracić Eurowizję (nagłówek). Dyrektor generalny Europejskiej Unii Nadawców (EBU) Ingrid Deltenre powiadomiła, że Ukraina może stracić możliwość prowadzenia Konkursu Piosenki Eurowizja, jeżeli Kijów nie pozwoli Julii Samojłowej wziąć udziału w konkursie, donosi Blick].

²⁰ K. Szymanek, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa 2008, s. 193.

²¹ Zob.: A. Kiklewicz, *Притяжение языка. Т. 1. Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика*, Olsztyn 2007, s. 383 i n.



Rysunek 3. Główna informacja na temat odwołania Ukrainy jako kraju prowadzenia Konkursu Piosenki Eurowizja 2017

Źródło: <https://news.rambler.ru/head/36472985-otstranenie-ukrainy-ot-evrovideniya-uvolnienie-nilova-i-drugie-sobytiya-dnya> [dostęp: 18.04.2018].

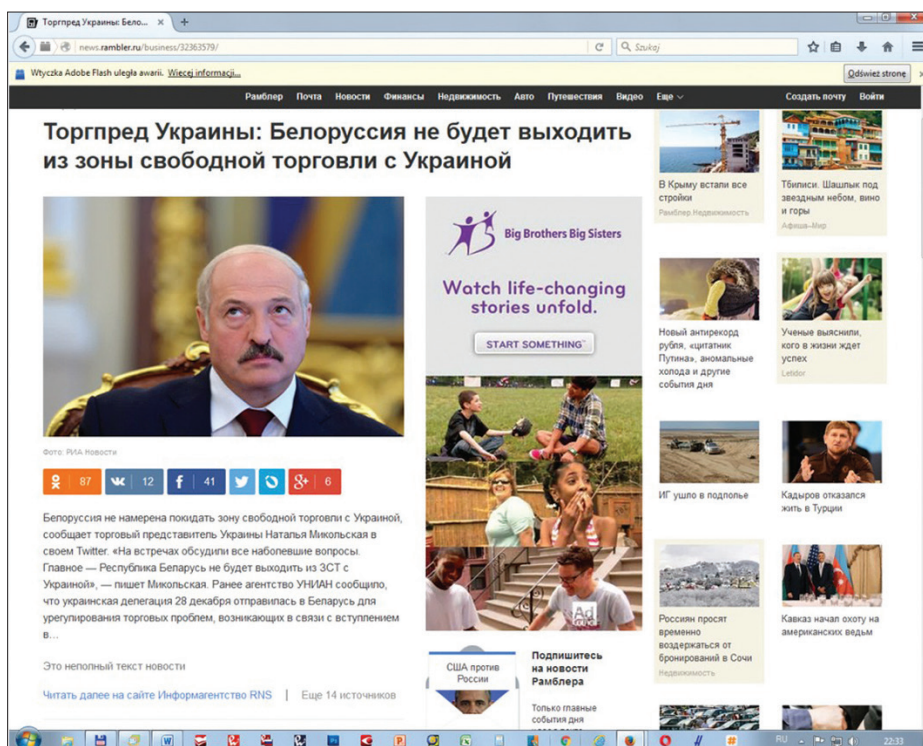
Nie ma wątpliwości, że tonacja tej drugiej wersji wiadomości jest o wiele bardziej łagodna. Zmienia się modalność wypowiedzi: teraz okazuje się, że odebranie Ukrainie prawa do prowadzenia Konkursu Piosenki Eurowizja 2017 jest hipotetyczne, a opinia jednego z europejskich urzędników na ten temat została zaczerpnięta ze szwajcarskiego tabloidu „Blick”.

Główna informacja zamieszczona w kolejnym oknie (<https://news.rambler.ru/kinomusic/36469346-ukrainu-mogut-otstranit-ot-evrovideniya>) została rozbudowana o nieliczne szczegóły. Powołując się na dziennik „Blick”, dziennikarz przytacza opinię Detenre, że zachowanie Ukrainy, która wykorzystuje konkurs w celach politycznych, jest nie do przyjęcia. Opisuje się też tło konfliktu, a mianowicie przyczynę, dla której władze Ukrainy zakazały wjazdu Samojłowej na terytorium kraju.

Nieco inna odmiana tej strategii występuje w przypadku informacji o stosunkach ekonomicznych między Białorusią a Ukrainą. Na witrynie internetowej <http://news.rambler.ru/business/32363579> możemy przeczytać komunikat:

- (9) Торгпред Украины: Белоруссия не будет выходить из зоны свободной торговли с Украиной (заголовок). Белоруссия не намерена покидать зону свободной торговли с Украиной, сообщает торговый представитель Украины Наталья Микольская в своем Twitter. «На встречах обсудили все наиболее важные вопросы. Главное – Республика Беларусь не будет выходить из ЗСТ с Украиной», – пишет Микольская. [Białoruś nie będzie wychodzić ze strefy wolnego handlu z Ukrainą (nagłówek). Białoruś nie ma zamiaru wycofania się ze strefy wolnego handlu z Ukrainą – informuje na swoim Twitterze przedstawiciel handlowy Ukrainy Natalia Mikolska. „W czasie spotkań omówiliśmy wszystkie problemy. Najważniejsze jest to, że Republika Białoruś nie będzie wychodzić ze strefy wolnego handlu z Ukrainą” – pisze Mikolska].

Okno internetowe wygląda następująco:



Rysunek 4. Witryna news.rambler.ru: informacja o stosunkach ekonomicznych między Białorusią a Ukrainą

Źródło: <http://news.rambler.ru/business/32363579> [dostęp: 18.04.2018].

Kolejne okno przedstawia witrynę agencji informacyjnej Rambler News Service. Nagłówek pozostaje ten sam i w całym tekście, w porównaniu z anonsem, nie ma nowej informacji. Istotnie zmieniła się jednak jej prezentacja:

Rysunek 5. Witryna Rambler News Service: informacja o stosunkach ekonomicznych między Białorusią a Ukrainą

Źródło: <https://rns.online/economy/Torgpred-Ukraini-Belorussiya-ne-budet-vihodit-iz-zoni-svobodnoi-torgovli-s-Ukrainoi-2015-12-28/> [dostęp: 18.04.2018].

Nie można nie zwrócić uwagi, że tekstowi informacji prasowej nie towarzyszy teraz zdjęcie prezydenta Białorusi Aleksandra Łukaszenki. Można przypuszczać, że zdjęcie to zostało celowo wstawione przez redaktora Rambler.ru do anonsu. Po pierwsze, obecność wizerunku Łukaszenki na głównej stronie wydaje się zupełnie nieuzasadniona — tekst dziennikarski (także anons) w żaden sposób nie nawiązuje do prezydenta. Po drugie, wybrano charakterystyczne dla tego polityka ujęcie, gdy kierunek poruszania się gałek ocznych jest niezależny od kierunku zwrotu głowy (i odwrotnie). Nie jest wykluczone, że rosyjski redaktor wie albo podpowiada mu intuicja, że taka cecha psychomotoryczna osoby jest

symptomem patologii psychicznej²², powinna więc wywołać negatywną reakcję u odbiorców. W ten sposób, poprzez informację wizualną, kreuje się negatywny kontekst odbioru informacji o stosunkach handlowych między Białorusią a Ukrainą.

* * *

Analiza materiału źródłowego świadczy o tym, że perswazja w internetowych serwisach informacyjnych ma charakter trwały i regularny. Stosowana w Internecie praktyka porcjowania informacji, tzn. zamieszczenia jej w różnych, połączonych ze sobą oknach przeglądarki internetowej, w dużym stopniu przyczynia się do tego, że nadawca otrzymuje dodatkowe narzędzie, aby sterować przepływem informacji, wywierać wpływ na adresatów. Z jednej strony, można odwoływać się do argumentu używanego przez zwolenników determinizmu technologicznego – o „niewinności” środków technicznych, które nie są tożsame ze sposobami i skutkami ich wykorzystania. Modułowy charakter prezentacji informacji w Internecie oczywiście ma swoje pozytywne strony: służy wyrazistości przekazu, większej dostępności do informacji dzięki selekcji form przekazu, dostosowanych do zróżnicowanych oczekiwań i predyspozycji odbiorców. Z drugiej strony, segmentacja informacji, połączona z dyspozycjonowaniem segmentów, służy – szczególnie w dziennikarstwie politycznym – manipulacji oraz indoktrynacji użytkowników Internetu.

W przypadku anonsów tego rodzaju, jaki rozważyliśmy w artykule, mamy do czynienia ze szczególną formą kłamstwa²³. Anonsy zbudowane w postaci grup nominalnych typu „Akty terrorystyczne przeciw Rosjanom” nie zawierają sądów, a więc nie mogą być interpretowane jako prawdziwe bądź nieprawdziwe. Jednocześnie grupom nominalnym tego rodzaju przysługują presupozycje egzystencjalne²⁴: nazwa nie powstałaby bez odniesienia do desygnatu, wobec czego zakłada się, że nazwa wskazuje na coś, co istnieje przynajmniej w jednym z możliwych światów. Anons jest segmentem zbyt krótkim, żeby dziennikarz miał możliwość odniesienia do jakiegokolwiek możliwego świata, a poza tym nie ma takiej ko-

²² Na ten temat istnieje bogata literatura psychologiczna, zob. niektóre publikacje: M. Kentaro, M. Kenichiro, F. Michiko et al., *Eye Movement as a Biomarker of Schizophrenia: Using an Integrated Eye Movement Score*, „Psychiatry and Clinical Neurosciences” 2017, vol. 71, no. 2, s. 104–114; I.F. Tso, A.M. Calwas, J. Chun et al., *Altered Attentional and Perceptual Processes as Indexed by N170 during Gaze Perception in Schizophrenia: Relationship with Perceived Threat and Paranoid Delusions*, „Journal of Abnormal Psychology” 2015, vol. 124, no. 3, s. 519–531; F.A. Proudlock, I. Gottlob, *Physiology and Pathology of Eye-Head Coordination*, „Progress in Retinal & Eye Research” 2007, vol. 26, no. 5, s. 486–515.

²³ O kłamstwie jako narzędziu manipulacji zob. M. Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk 2006, s. 265 i n.

²⁴ Zob. Z. Ziemiński, *Logika praktyczna*, Warszawa, s. 27.

nieczności, gdyż zakłada się, że decydujący charakter w tym przypadku ma czynnik pragmatyczny – uwzględnienie faktu, że informacja jest przekazywana w obrębie dyskursu wiadomości dziennikarskich, które w pierwszej kolejności odnoszą się do rzeczywistości, przedstawiają fakty dokonane. Za sprawą tych okoliczności anons „Akty terrorystyczne przeciw Rosjanom” nie jest interpretowany neutralnie, ambiwalentnie – jako ‘Tematem tekstu będą akty terrorystyczne...’, lecz w sposób kategoryczny: ‘Tekst będzie dotyczył aktów terrorystycznych dokonanych przeciw Rosjanom’. Dziennikarz z reguły nie pisze o czymś wirtualnym, możliwym, abstrakcyjnym – wymogiem dziennikarstwa jest aktualność i relewancja, właśnie dlatego odbiorca ma predyspozycję, żeby szukać w tekstach dziennikarskich konkretnych, referencyjnych odniesień.

Na poziomie informacji intencjonalnej anonsy wyróżniają się tym, że z uwagi na swój zminimalizowany format przedstawiają uproszczony, a często też zniekształcony obraz rzeczywistości, wyprofilowany zgodnie z ideologicznym nastawieniem dziennikarza. W dużym stopniu przyczynia się to do powstania konotacji o charakterze aksjologicznym, przeważnie nacechowanych negatywnie. W ten sposób odbiorca otrzymuje klucz do zrozumienia i oceny całego tekstu, a także przedstawionego w nim fragmentu rzeczywistości. Dziennikarze prawie nigdy nie sięgają po formalne operatory komunikacyjne, tzn. nie stosują bezpośrednich apeli typu: *Uczyń tak, żeby..., Uważaj na..., Trzymaj się z daleka od...* (co byłoby sprzeczne z konwencją dyskursu medialnego), lecz wykorzystywane przez nich techniki sugestii i manipulacji przewidują proste procedury interpretacyjne, które skutkują tym, że odbiorcy są skłonni akceptować zawarty w tekście obraz rzeczywistości, dostosowując do niego swoje postawy zgodnie z panującym bądź kultywowanym systemem ideologicznym. O skuteczności tych zabiegów świadczą efekty wojen informacyjnych²⁵.

Bibliografia

- Awdiejew A., Habrajska G., *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask 2006.
 Dik S.C., *Functional Grammar*, Dordrecht 1981.
 Duszak A., *Tekst. Dyskurs. Komunikacja międzykulturowa*, Warszawa 1998.
 Gerber T.P., Zavisca J., *Does Russian Propaganda Work?*, „Washington Quarterly” 2016, vol. 39, no. 2, s. 79–98.
 Karolak S., *Podstawowe struktury składniowe języka polskiego*, Warszawa 2002.
 Kentaro, M., Kenichiro, M., Michiko F. et al., *Eye Movement as a Biomarker of Schizophrenia: Using an Integrated Eye Movement Score*, „Psychiatry and Clinical Neurosciences” 2017, vol. 71, no. 2, s. 104–114.

²⁵ Zob. T.P. Gerber, J. Zavisca, *Does Russian Propaganda Work?*, „Washington Quarterly” 2016, vol. 39, no. 2, s. 79–98.

- Kiklewicz A., *Czwarte królestwo. Język a kontekst w dyskursach współczesności*, Warszawa 2012.
- Kiklewicz A., *Dominanta semantyczna jako czynnik rozumienia wypowiedzi i tekstu*, „Język Polski” 2007, t. 87, nr 1, s. 3–15.
- Kiklewicz A., *Dominanta semantyczna w komunikacji językowej*, [w:] Паланістыка – Полоністыка – Polonistyka 2007, red. A. Kiklewicz, S. Ważnik, Мінск 2008, s. 85–116.
- Kiklewicz A., *Infantylyzm semantyczny w dyskursach publicznych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2015, t. 58, nr 4, s. 763–794.
- Kiklewicz A., *Политическая пропаганда в современных российских СМИ: эпистемологический аспект*, „Przegląd Wschodnioeuropejski” 2015, nr 6/2, s. 179–200.
- Kiklewicz A., *Притяжение языка. Т. 1. Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика*, Olsztyn 2007.
- Mazur J., *Organizacja tekstu potocznego. Na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego*, Lublin 1986.
- Metzler *Lexikon. Medientheorie – Medienwissenschaft*, red. H. Schanze, Stuttgart–Weimar 2002.
- Nowak E., *Koncepcja primingu w studiach nad komunikowaniem politycznym*, „Studia Medioznawcze” 2012, t. 49, nr 2, s. 117–131.
- Nowak E., Riedel R., *Agenda setting, priming, news framing. Analiza porównawcza telewizyjnych audycji informacyjnych TVN i TVP1 w okresie kampanii przedwyborczych w Polsce 2005 i 2007 r.*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, t. 51, nr 1–2, s. 67–83.
- Ogden C.K., Richards I.A., *The Meaning of Meaning. A Study of The Influence of Language upon Thought and of The Science of Symbolism*, London 1969.
- Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002.
- Proudlock F.A., Gottlob I., *Physiology and Pathology of Eye-Head Coordination*, „Progress in Retinal & Eye Research” 2007, vol. 26, no. 5, s. 486–515.
- Szymanek K., *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa 2008.
- Tokarz M., *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk 2006.
- Tso I.F., Calwas A.M., Chun J. et al., *Altered Attentional and Perceptual Processes as Indexed by N170 during Gaze Perception in Schizophrenia: Relationship with Perceived Threat and Paranoid Delusions*, „Journal of Abnormal Psychology” 2015, vol. 124, no. 3, s. 519–531.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.
- Ziembiński Z., *Logika praktyczna*, Warszawa 1987.
- Засурский Я.И., *Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества*, [w:] Средства массовой информации России, ред. М.И. Алексева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др., Москва 2008, s. 3–53.

Лаптева О., *Русский разговорный синтаксис*, Москва 1976.

Ухванова-Шмыгова И.Ф., *Газета – аудитория: типология речевого взаимодействия (на материале белорусской печати)*, [w:] *Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов*, I, ред. И.Ф. Ухванова-Шмыгова, Минск 1998, s. 186–200.

Aleksander Kiklewicz

Perswazja poprzez segmentację wiadomości w rosyjskich internetowych serwisach informacyjnych

Streszczenie

Autor rozważa realizację perswazji komunikacyjnej w środowisku rosyjskich serwisów informacyjnych w Internecie. Przedmiotem analizy jest zjawisko segmentacji tekstu dziennikarskiego i jego dyspozycjonowanie, a mianowicie przedstawienie części informacji w postaci anonsu zamieszczanego na głównej stronie wyszukiwarki. Zdaniem autora, pozwala to na szczególną konfigurację trzech poziomów informacji: ekstensjonalnej, intensjonalnej i pragmatycznej. Wykorzystanie segmentacji tekstu informacji dziennikarskiej zostało pokazane na przykładzie portalu Rambler.ru.

Słowa kluczowe: perswazja, manipulacja, serwis informacyjny w Internecie, dyskurs medialny, medialingwistyka, poziomy informacji, media rosyjskie

Persuasion through Segmentation of News in the Russian Journalistic Services in Internet

Summary

The author examines the implementation of persuasion in the Russian journalistic services in Internet. The subject of the analysis is the segmentation of journalistic texts and its disposition, namely the presentation of part of information

in form of a notice placed on the main page of the search engine. According to the author, it allows for the specific configuration of three levels of information: extensional, intensional and pragmatic. The use of segmentation of the journalistic texts for persuasion and manipulation has been shown on the example of Russian information services in Internet on the portal Rambler.ru.

Keywords: persuasion, manipulation, journalistic services in Internet, medial discourse, mediallynguistics, information levels, Russian media

Aleksander Kiklewicz – prof. zw. dr hab., ur. 1957, specjalizuje się w zakresie językoznawstwa ogólnego i słowiańskiego, teorii i filozofii języka, stylistyki i lingwistycznej analizy dyskursu, pragmatyki i semiotyki komunikacji językowej, medialinguistyki, semantyki kognitywnej i psycholingwistyki, gramatyki funkcjonalnej i składni, lingwistyki konfrontatywnej. Pracuje w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWM w Olsztynie. Dyrektor Centrum Badań Europy Wschodniej. Redaktor naczelny czasopisma „Przegląd Wschodnioeuropejski”, a także współredaktor serii monografii naukowych: *Studia z teorii poznania i filozofii języka* (Olsztyn); *Studia z teorii komunikacji i medioznawstwa* (Olsztyn); *Studia Polsko-Wschodnie* (Olsztyn). Autor ponad 400 prac naukowych, w tym ponad 20 monografii, opublikowanych w Austrii, Bułgarii, Czechach, Kazachstanie, Niemczech, Polsce, Rosji, Serbii, Ukrainie, na Białorusi, Litwie, Węgrzech i in.