

Рецензия на коллективную монографию
***Perswazja językowa w różnych dyskursach* (= *Речевое воздействие в разных дискурсах*). В 2 т. Под ред. Жанны Сладкевич и Александры Климкевич. Гданьск: Издательство Гданьского университета, 2017, 271 + 236 с.**

Современная теория речевого воздействия формируется как междисциплинарная наука, интегрирующая методы и данные разных наук. Двухтомная монография, подготовленная коллегами из Гданьского университета, представляет собой коллективное междисциплинарное исследование персуазивного коммуникативного процесса представителями разных наук: лингвистов, литературоведов, педагогов, психологов, политологов. В статьях ученых из разных стран (Польши, России, Украины, Казахстана, Литвы, Беларуси) речевое воздействие рассматривается в разных аспектах, раскрываются возможности применения самых разнообразных методов анализа речевого воздействия, описываются его технологии, способы, приемы, средства, инструменты, коммуникативно-речевые тактики и стратегии.

Речевое воздействие привлекает к себе повышенное внимание в таких сферах, как политическая и рекламная коммуникация. Название монографии *Речевое воздействие в разных дискурсах* обещает расширение исследуемых сфер, и ожидание читателя оказывается оправданным: в монографии рассматриваются особенности речевого воздействия в медиадискурсе, в политическом, научном, языковом, художественном, специальном и культурном дискурсах.

В статьях авторов монографии персуазивные и суггестивные эффекты описываются на материале разнообразных текстов (новостных сообщений, новогодних поздравлений глав государств, политических интервью, рекламных текстов, законодательных актов, высказываний политиков, газетной полемики, научной дискуссии) на польском, русском, немецком, итальянском, украинском и белорусском языках. Разнообразием отличаются и объекты анализа в публикуемых статьях, это: гипертексты новостных сервисов, макро- и микротексты электронных медиа, формы обращений, заголовки, подзаголовки, слоганы, слова, концепты, понятия, культурные коды, числовые данные, жесты, карикатуры, демотиваторы, кадры из кинофильмов, теле- и интернет трансляций и т.д. В фокусе внимания авторов статей оказываются как вербальные, так и невербальные элементы персуазивной коммуникации, часто анализируемые во взаимодействии.

Все это обуславливает многогранность двухтомника, объясняемую как сложностью и многоаспектностью исследуемого явления – речевого воздействия, так и возможностями современных парадигм лингвистики, и предполагающей эффективное использование методов и данных других наук.

Каждый из двух томов предваряет вступительное слово редакторов монографии Жанны Сладкевич и Александры Климкевич. В обоих предисловиях

кратко, но очень информативно аннотируются все составляющие том статьи. Остается сожалеть, что вступительные слова печатаются только на польском языке. В обоих томах публикуются статьи на русском и польском языках, каждая статья начинается с аннотации на английском языке.

Основная ось представленных в монографии исследований разных дискурсов «слово – действие» четко обозначена в статье Михаила Ильина и Андрея Ильина *Создание новых государств: убедительность перформативных высказываний и эффективность перформативных актов* (т. 1, с. 113–130). Опираясь категориями философии, политологии и лингвистики авторы статьи показывают переход от высказывания к событию – к созданию новых государств.

Монографию, несмотря на различие аспектов анализа, разнообразие материала и методов, обуславливающих ее междисциплинарный характер, можно рассматривать как гипертекст, состоящий из самостоятельных макротекстов, компоненты которых разворачиваются в последовательное повествование.

Так, например, один из основных выводов Виктории Макаровой о тенденции к возврату советской риторики в начале нулевых годов и реализации этой тенденции как обычной практики в современном медиапространстве России (т. 1, с. 75), отсылает читателя монографии к статьям, дающим возможность проследить изменение речевого воздействия в разные периоды: в 50-е годы (Петр Зэмшал), во время перестройки (Якуб Садовски), Российско-Чеченской войны (Мирослав Вархолек) и украинских событий (Виктория Макарова). В историческом плане рассматривается и языковая политика Российской Федерации (Эльжбета Петрась). В монографии представлены также наблюдения над новыми явлениями в современной коммуникации: формирование в медиапространстве нового концепта «вежливые люди» (Жанна Сладкевич), использование культурного кода «звездные войны» (Йоланта Юзвяк), нейтрализация стилевых особенностей в научном дискурсе (Тетяна Космеда), тенденция к множественности наименования реалий (Елена Маринова), взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в персуазивной коммуникации (Александр Киклевич, Марта Ноиньска) и обсуждаются новые подходы к описанию языка (Валентина Маслова).

Языковому манипулированию посвящен ряд статей, которые с точки зрения содержания можно выстроить в следующую логическую последовательность: характеристика манипуляции как текстового явления, не имеющего собственных детекторов (Адам Яскольски), разграничение понятий ложь и манипуляция (Лукаш Малецки), выявление и анализ языковых средств манипуляции (Ярослав Вархолек, Ежи Беломызы, Кристина Ратайчик), способы защиты от манипуляции (Дорота Дзевановска). К этому ряду в смысловом отношении примыкают исследования социального воздействия в академической (Александра Климкевич) и школьной среде (Анна Хау, Катажина Вондолвска-Леснер), в рекламе (Клара Штайн, Денис Петренко; Анджей Нарлох; Наталья Кутуза), а также рассуждения о когнитивном аспекте социального воздействия (Ежи Швёнтек).

В монографии анализируются языковые средства реализации персуазивной стратегии при создании имиджа Евросоюза (Виктория Макарова), главы государства (Уршула Патоцка-Сигловы) и самопрезентации политика (Эва Капела),

описываются различные стратегии и средства персуазии, апеллирующие к эмоциям и чувствам адресата (Зоя Новоженова, Люцина Кошцельняк, Инна Самойлова, Елена Гудзенко, Ирина Дуркалевич, Камила Милковска-Самул).

Рецензируемая монография представляет собой серьезное междисциплинарное научное исследование, содержащее множество разнообразных оригинальных подходов к изучению персуазивности как основной коммуникативной стратегии в текстах различных типов и демонстрирующее умелое применение не только лингвистических методов, но и методов анализа, разработанных в других областях знания (культурологии, теории коммуникации, политологии, социологии, психологии). Несмотря на разнообразие анализируемого в статьях монографии материала, применяемых методик анализа, своеобразии авторского стиля и структурирования текста каждой статьи, разрозненные на первый взгляд «мозаичные фрагменты» удачно интегрируются в целостную картину, которая, не являясь завершенной, оставляет открытыми многие вопросы, одним из которых является вопрос о типологии дискурсов.

Эта сложная проблема, пребывающая в стадии разработки, отражается и в структуре монографии, а именно: в наименовании глав и включении в них определенных статей. Стремление составителей монографии объединить в одну главу очень разные, как отмечалось выше, по исследуемому материалу статьи совершенно понятно и объяснимо не столько трудностями подготовки книги к изданию, сколько трудностями определения границ дискурса. Так, например, первый том монографии составляют две главы: *Медиадискурс* и *Политический дискурс*. По существу, большинство статей первой главы *Медиадискурс* можно включить главу *Политический дискурс* и наоборот. Статья К. Штайн и Д. Петренко *Социальное насилие и языковые стереотипы в рекламе* (т. 1, с. 40–53) публикуется в главе *Медиадискурс*, тогда как две другие статьи, посвященные анализу рекламного дискурса (А. Нарлох, *Синтаксические средства речевого воздействия в современной рекламе автомобилей* – т. 2, с. 24–43 и Н. Кутуза, *Экспериментальные аспекты изучения суггестивности рекламных слоганов* т. 2, с. 46–54), – в главе *Специальный дискурс* второго тома. Все сказанное выше ни в коей мере нельзя считать упреком в адрес составителей монографии, напротив, корпус отобранных для издания статей, рассматриваемые в них проблемы и способы их решения представляют собой особую ценность с точки зрения перспектив для дальнейших исследований различных дискурсов и разработки их типологии.

Помимо несомненной научной ценности, значимость монографии определяется тем, что определение тактик и стратегий речевого воздействия, описание использования вербальных и невербальных средств для достижения персуазивного эффекта в различных дискурсах могут служить в качестве рекомендаций для создателей новостных, рекламных, PR и других типов текстов, а также для тех, кто хочет научиться противостоять манипуляции: обладание знанием о персуазивных языковых маркерах в текстовой структуре поможет выстраивать защиту от манипуляции. Этим предопределяется интерес к монографии широкого круга читателей, деятельность которых связана с речевой коммуникацией. Неудивительно, что сразу после выхода в свет, рецензируемая

монография поступила во все академические библиотеки Польши и была заказана библиотекой Оксфордского университета (Bodleian Library / Taylor Institution Library in Oxford).

Здесь уместно отметить, что целесообразным представляется перевод на английский язык названия монографии, предисловий к каждому тому, названий глав, а также значительное увеличение объема аннотаций статей на английском языке, что, несомненно, сделало бы издание доступным большему числу заинтересованных читателей.

DANUTĖ BALŠAITYTĖ

Vilniaus Universitetas
Filologijos fakultetas
Užsienio Kalbų Institutas
Universiteto g. 5, Vilnius, Lietuva
e-mail: dbalsaityte@gmail.com