



*Блашків О. В., канд. філол. наук, доц.,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК АРГУМЕНТАЦІЇ НА ОСНОВІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Аналіз основних напрямів дослідження аргументації демонструє міждисциплінарний характер вивчення цього різнохарактерного явища і дає змогу вирізнити дві основні моделі аргументації – риторичну і діалектичну. На думку науковців, ці моделі використовуються у дискурсі для вирішення конфлікту думок під час реалізації одночасно діалектичної та відповідних риторичної цілей, тому протиставляти їх недоречно.

Попри певні відмінності обидві моделі націлені на досягнення ефективності дискурсивного процесу, що дає змогу перенести дослідження аргументації у сферу прагматодіалектики.

Прагматодіалектика як і неориторика по суті мають спільний предмет дослідження. Для прагматодіалектики це – презумптивна аргументація – типова для умов звичного спілкування, що зачасти спостерігається в ситуаціях, що характеризуються невизначеністю та певною необізнаністю комунікантів. Такий тип аргументації продукується логікою невимушеного спілкування, яка, на відміну від дедуктивного чи індуктивного методів, передбачає врахування доцільності та ефективності використання аргументації в певному контексті.

Нова риторика оперує поняттям риторична аргументація, основним критерієм якого є прийнятність для реципієнта. Риторична аргументація орієнтована на аудиторію, її смаки та уявлення про навколишній світ. Таке трактування аргументації з корінням у вченнях Аристотеля й передбачає особливу увагу до таких факторів, як аудиторія, ситуативна адекватність лінгвостилістичного оформлення аргументів, що пропонуються аудиторії; а також комплекс переконань, прийнятих для аудиторії, що дає змогу їй прийняти аргументи мовця. Для переконання співрозмовника залучаються не тільки демонстративні аргументи з інструментарію логіки, а й діалектичні обґрунтування, котрі не обов'язково повинні спиратися на раціональність та доказові посилання [3]. Такого ґтибу аргументи формують неформальну (відмінну від формальної, канонічно логічної) аргументацію, спроможну впливати на систему цінностей реципієнта для переконання.

Оскільки в неформальній логіці визначальне місце відводиться поняттю адресата (чи аудиторії), риторична аргументація повинна відповідати певним критеріям [2]. По-перше, це критерій прийнятності, за яким риторичні аргументи обов'язково повинні спиратися на погляди та систему цінностей аудиторії. Поняття істинності / неправдивості не є валідним в риторичній аргументації. По-друге, враховується критерій релевантності, який має контекстуально обумовлений характер і залежить від системи знань як мовця, так і аудиторії, а також від уміння виводити необхідні імплікатури.

Третім науковці називають критерій достатності, який передбачає, що аргументація повинна містити необхідний обсяг інформації для того, щоб аудиторія могла скласти оцінку про обговорюваний об'єкт чи стан справ на основі неупередженого погляду.

І риторична, і презумптивна аргументація – це неформальна звично-мовленнєва аргументація, відмінна від логічної. Особливість кожної криється в тому, що у процесі аналізу презумптивної аргументації акцентується характер застосованих аргументів, а в риторичній аргументації фокусується аудиторія з її системою цінностей і уявленнями про світ. Відтак дослідники об'єднали обидва типи аргументації у спільну назву неформальна аргументація.

Ефективність аргументації забезпечується такими чинниками: а) знанням адресантом специфіки цільової аудиторії, б) знанням (переважно інтуїтивним) процесу когнітивної обробки переконань (оцінка нових переконань, формування переконань на основі поступальної інформації, наслідки конфлікту між старим та новим переконанням тощо).

Відповідно, науковці висували, що в основі оптимізації аргументативного дискурсу лежать певні когнітивні механізми, задіяні у процесі аргументації. Вплив оратора на реципієнта шляхом переконання досягається завдяки задіянню «зовнішніх» когнітивних механізмів, спрямованих на зміну ментального стану партнера по комунікації. До таких механізмів зараховують: механізм установаження тотожності когнітивних множин мовця і його співрозмовника, адаптивний і адитивний механізми, а також механізм витіснення та субституції [1]. Наприклад, передача реципієнту нової, невідомої інформації здійснюється за допомогою адитивного механізму, який «відповідає» також за те, щоб поповнення когнітивних множин адресата сприяло його переконанню завдяки привнесенню в його когнітивну базу не тільки нових відомостей, а й відповідного (бажаного для адресанта) ставлення.

Для полемічної аргументації типовою є дія такого когнітивного механізму, як витіснення і субституція. Його функція полягає не стільки в запевненні у правдивості суджень оратора, скільки у зміні реципієнтом власних переконань. У цьому разі аргументація мовця містить ретельно відібрані докази, спроможні змусити реципієнта переглянути свої погляди і в результаті відмовитися від певних переконань на користь думки про опонента.

Аргументація парламентських виступів, зазвичай, це – дискурсивна реалізація конвенціональної логічної схеми (теза – аргументи – наслідок) чи її інваріантів. Окрім того, дослідження аргументативного дискурсу парламентських виступів показують, що у цій логічній схемі розгортання аргументації дуже часто наслідок є відсутнім елементом. Брак наслідку як компонента, який завершує аргументацію оратора, зазвичай пояснюється факторами, безпосередньо не пов'язаними із задумом оратора, зокрема: фактор часу, необхідність надати слово наступному доповідачеві тощо. Часові обмеження – це одна з основних умов, що диктує застосування евристичних принципів. Цілком ймовірно, що оратор, залишаючи незавершеними кілька своїх доказів, керується «логічними почуттями», якими рівномірно володіють як він сам, так і його слухачі. Призупиняючи лінію аргументації, оратор інстинктивно звертається до притаманного аудиторії почуття «логічної неповноти». Слухачі, прагнучи доповнити незакінчену логічну побудову, самостійно роблять висновок із аргументації оратора, у такий спосіб перетворюючись у співавторів виступу, готовими прийняти або, хоча б, співчутливо зреагувати на ідеї оратора.

Дослідження лінгвопрагматичних характеристик аргументації, проведене на основі публіцистичного стилю англійської мови (на матеріалі ораторських виступів в британському парламенті), засвідчило, що найбільш типовими мовно-стилістичними засобами розгортання евристичних аргументативних стратегій в парламентських дебатах є: особлива композиційна побудова тексту аргументації; емоційно-оцінна лексика; епістемічні предикати; риторичні питання; паралельні конструкції; цитати; алюзії; афоризми; метафора, іронія, а також таке явище, як пом'якшення (understatement).

Список використаних джерел

1. Куликова О. В. Когнитивные механизмы процесса аргументации. *Стилистика и проблемы контекста*. 2009. (Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та; вып. 573). С. 28–51.
2. Bell M. Online notes on the structure of argument essays. 2004. URL: <http://www.users.bigpond.com/m487396/Argument/essaynotes.htm>
3. Grasso F. A Mental Model for a Rhetorical Arguer. *Proceeding of the 2003 European Cognitive Science Society Conference E-COGSCI 2003*. Ed. by Schmalhofer F., Young R., Katz G. Osnabrück, Germany. Mahwah, New Jersey–London: LEA, 2003. P. 139–144.
4. Walton D., Reed C. A. Argumentation Schemes and Enthymemes. *Synthese*. Vol. 145. № 3, Springer, 2005. P. 339–370.