

ражениях. *“Why, you skulking little devil,” they would say, “get up and do something for your living but chatting?”* (J.K. Jerome. *Three Men in a Boat (to Say Nothing of the Dog)*). Приятели Джея злятся из-за пустой болтовни своего попутчика и прямо предлагают ему помолчать.

Проведенный анализ доказывает существование в британской лингвокультурной среде лингвокультурного типажа *buffoon*, который, несомненно, представляет собой творческую языковую личность, талантливого коммуниканта. Среди основных характеристик данного типажа выделяется ироническая модальность порождаемых им текстов и использование в них языковой игры, что достигается при помощи использования косвенных речевых жанров, парадокса, гиперболизации, авторских номинаций и имплицитной оценки.

Литература

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
2. Карасик В.И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы: сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5–25.
3. Седов К.Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения (о риторике бытового конфликта) // Вопросы стилистики. Язык и человек. Саратов, 1996. Вып. 26. С. 8–14.
4. Седов К.Ф. Жанровое мышление языковой личности (о риторике бытового общения) // Речевое общение: специализированный вестник / Красноярск. гос. ун-т. Красноярск, 2000. Вып. 2(10). С. 38–43.
5. Язык и эмоции: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 1995.
6. Ярмахова Е.А. Лингвокультурный типаж «английский чудака»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: ВГПУ, 2005.

Figurative and value characteristics of the linguocultural type “buffoon” in the British linguistic culture

There are considered the perceptive and figurative signs of the linguocultural type “buffoon” in the British linguistic cultural environment. There are analyzed the texts created by it in the British fiction and mass media.

Key words: *language personality, linguistic culture, linguocultural type, joker, ironic modality, language creativity.*

С.С. МАРТЕМЬЯНОВА
(Орёл)

АРГУМЕНТАЦИЯ И СТРАТЕГИИ ПЕРСУАЗИВНОСТИ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ «ДИСКУССИЯ»

На основе аналитического жанра «дискуссия» немецкоязычного издания «Der Tagesspiegel» предлагается попытка рассмотрения основных персуазивных стратегий жанра в соответствии с его аргументационной системой.

Ключевые слова: *дискуссия, печатные медиа, персуазивные стратегии, аргументирование, аргументационная структура.*

Одной из наиболее показательных особенностей современных печатных медиа является не только их информационный характер, но и направленность на анализ происходящих событий, процессов и ситуаций. Медийная коммуникация, осуществляемая через газетные издания, предполагает языковое и медийное воздействие, объединяющее в себе сложные механизмы познания, восприятия и поведения. Особую актуальность в этом процессе приобретает исследование средств и приемов воздействия, реализуемых в рамках аргументационной структуры жанров. В статье предпринимается попытка проанализировать способы персуазивного воздействия на читателя в системе средств аргументации на примере жанра дискуссии. Данной проблематике в разное время посвятили свои работы А.В. Голоднов, М. Moilanen (персуазивность текста); Л.Р. Дускаева, В.И. Провоторов, S. Burkhardt (жанрово-стилистические аспекты); С.В. Мкртычан, С. Antaki (аргументация и аргументирование).

Дискуссия как аналитический жанр значительно отличается от других жанров. Их целями, как известно, являются стимулирование практической активности и мыслительной деятельности читателя, стимулирование действий [3, с. 125]. Аналитическим жанрам традиционно свойственны анализ фактов, передача авторского отношения к ситуации, направленной на выработку оценки вместе с читателем.

В жанре дискуссии вниманию читательской аудитории предлагается позиция автора по конкретному вопросу, отражающая его собственное видение проблемы, причины ее возникновения. Адресант по-своему стремится

ся отразить значимость и способы решения проблемной ситуации, одновременно раскрывая позицию оппонента. Как правило, в структуре жанра возникает типичная полемическая ситуация, инициируемая оппонентами. В это время закладывается предметная, фактуальная составляющая дискуссии, задается тема, которая наполняется конкретным содержанием (идеологическим, психологическим, символическим и т.д.). Оформляется операциональная и структурная организация жанра. И это верно: взаимодействие оппонентов позволяет реализовать определенную форму дискурса, что достигается раскрытием позиции оппонентов аудитории, представлением исчерпывающей информации, на основании которой удается убедить реципиента в правильности доносимых до него идей, подтверждением, что именно данная точка зрения является наиболее подходящим решением или важным стратегическим ходом.

Своеобразие осознаваемых автором публикации задач отражается в своеобразии аргументационной структуры жанра дискуссии (*Diskussion*). Последняя задает основу содержательно-тематической модели издания, позволяет сформировать важнейшие тематические направления публикаций.

Анализ жанра* целесообразно начать именно с изучения аргументационной структуры дискуссии. Прежде всего разграничим употребление терминов *аргументирование* и *аргументация*. Терминологическое расхождение между ними связано как раз с акцентуацией внимания на различных аспектах одного и того же явления: в случае, когда речь идет о результате (убеждение в приемлемости каких-то положений), целесообразно использовать термин *аргументация*. Если нас интересуют технология, операциональный аспект, более оправданным будет употребление термина *аргументирование*. Аргументирование понимается как «речевое взаимодействие, в ходе которого высказываются мнения, возражения против этих мнений и возражения против высказанных возражений; как процесс, в ходе которого возникает, развивается и разрешается несогласие» [13, р. 225].

Аргументация (от лат. *argumentum* – «яснение») в парадигмах различных областей знания давно привлекает внимание ученых [4;

8; 12]. В лингвистике текста аргументация рассматривается как цельнооформленный результат речемыслительной деятельности, представляющий собой последовательность умозаключений, выводимых законами общей логики, цель которого состоит в том, чтобы поддержать выдвинутую точку зрения [6].

Аргументационная структура жанра дискуссии, как мы отметили выше, предполагает наличие тезиса (главной мысли), который автор может презентовать в форме своего мнения (например, анализируемая публикация посвящена вопросу о введении уголовного права для пожилых людей): *Mit der Veränderung der Alterspyramide steigen auch die Zahlen der Straftaten, die von älteren Menschen verübt werden. Noch ist diese Zunahme undramatisch, jedoch kontinuierlich. Deshalb stellt sich die Frage, ob das Strafrecht für die Bevölkerungsgruppe der Älteren ergänzt werden sollte* [11].

В качестве доказательства тезиса приводятся аргументы (доводы) в его пользу. Аргументы становятся таковыми только тогда, когда они присутствуют в тексте в качестве подтверждений мысли автора (до этого они обычно существуют под именем фактов). Серьезная дискуссия требует весомых фактов. Уровень их доказательности для читательской аудитории зависит не только от их значимости. Важным моментом является источник их происхождения. Чаще всего в дискуссии используются сведения, представляющие результат личного наблюдения автора публикации о тех или иных событиях, свидетельства лиц, от которых получена информация, или же документы, содержащие сведения по обсуждаемому вопросу, ср.: *Meldungen aus den letzten Tagen berichten vom 74-jährigen Rentner, der eine Cannabis-Plantage unterhielt, und vom 81-jährigen Waffennarr, der an die 100 Waffen gehortet hatte. Noch sind Senioren, die mit dem Gesetz in Konflikt geraten, Einzelfälle. Doch das kann sich ändern* (Там же).

Завершающим по содержанию в структуре текста может являться вывод, определяющий значимость изложенного материала с помощью аргументов. Вывод, как правило, следует после выражения обоснования и может быть имплицитным, если реципиенту предлагается его сделать самому [2, с. 112], ср.: *Man müsse sich die Frage stellen, so Schulz, ob die Argumente, die 1923 zur Einführung eines Jugendstrafrechts geführt haben, zukünftig auch ein „Seniorenstrafrecht“ begründen könnten, welches die besonderen Umstände des Täterwerdens im Alter berücksichtigt* [11]. Иногда вывод представ-

* Примеры для анализа взяты из ведущей общегерманской газеты «Der Tagesspiegel», издаваемой в Берлине. Выходит ежедневно с 1945 г. Тираж ок. 113 тыс. экз. Особую популярность имеет в западных районах Берлина (www.tagesspiegel.de).

лен усеченным аргументом, в качестве которого выступает рассуждение или умозаключение (ср.: дискуссия о необходимости введения уголовного права для пожилых людей): *Dieses Phänomen ist für André Schulz, den Bundesvorsitzenden des Bundes Deutscher Kriminalbeamter, Anlass für eine provokante Frage: Braucht Deutschland ein „Altenstrafrecht“?* (Там же).

Процесс аргументации ассимилирует не столько «технику мышления» (собственно логику), сколько «технику убеждения» – искусство подчинять мысль, чувство и волю человека [1, с. 52]. Соответственно, аргументационная структура жанра становится своеобразным полем действия персуазивных стратегий, целью которых является убеждение средствами логики и эмоционального воздействия. Особую роль при этом играют динамика медиаоценок и их восприятие реципиентами. Сдвиги в функциональной организации коммуникативных каналов заключаются в уровне организации социума – коммуникаторов и коммуникантов, что позволяет определить социальную цену и последствия процесса информирования [5, с. 135].

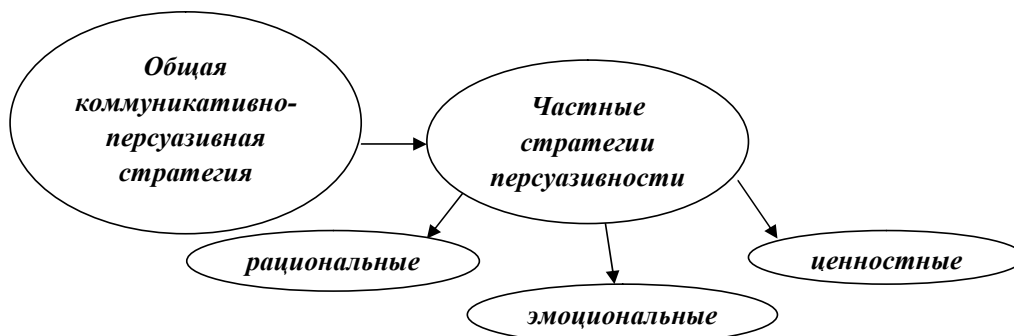
Являясь единицами более высокого порядка, персуазивные стратегии служат вспомогательным средством воздействия на ментальную сферу реципиента (его мнение и оценку) с целью изменения его отношения к проблеме, являясь побуждением к принятию интенций автора. Термин *персуазивность* (лат. *persuasio* – «убеждение») вошел в обиход российской лингвистики относительно недавно. В зарубежной (преимущественно немецкой) лингвистике он активно используется для обозначения функционально-прагматических характеристик или операционального анализа типов текстов, реализующих способ воздействия адресанта на ментальную сферу реципиента (мнения и оценки) с целью регулирования его поведения в интересах адресанта [15].

Можно предположить, что таким образом в сочетании с понятием «стратегия» возникает комплекс операций, производимый адресантом по выбору способа реализации речевого акта в ситуации общения. В жанре дискуссии персуазивные стратегии составляют основу персуазивной коммуникации, образуя целую систему. Внутри системы существует общая коммуникативно-персуазивная стратегия (задача жанра), раскрывающая позицию оппонента, убеждая в ней читателя.

Другой уровень системы персуазивной коммуникации занимают частные стратегии, помогающие конкретизировать замысел адресанта. Они включены в структуру текста и представляют реализацию интенции сообщаемого в виде элементов содержания. Как бы пронизывая текст, частные стратегии структурируют и организуют его как функциональную единицу. Не случайно, что выбор стратегий детерминирован не только позицией автора и форматом ситуации, но и микрозадачами, убеждениями читателя в преимуществах излагаемой точки зрения.

Частные стратегии подразделяются на три блока: 1) актуализация проблемы, представленная *ценностной стратегией*, микрозадача которой состоит в том, чтобы убедить в существующем положении вещей с помощью средств оценки и апелляциями к ценностям адресата; 2) информирование о событиях (*рациональная стратегия*), микрозадача – логически объяснить суть происходящего так, чтобы вызвать интерес читателя, побудить к размышлению и принятию сообщаемого; 3) формулирование преимуществ данной точки зрения с помощью эмоционально окрашенных стилистических приёмов (*эмоциональная стратегия*), т.е. задать нужный настрой, сформировать желание согласиться с автором.

Общая и частные стратегии персуазивности показаны на рисунке.



РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПЕРСУАЗИВНЫЕ СТРАТЕГИИ	Ссылка на статистические данные: <i>Sie machen mit zwar nur sieben Prozent einen geringen Anteil der offiziell registrierten Straftäter aus. Das Dunkelfeld von Altersstraftaten ist jedoch vergleichsweise hoch</i> [11].
	Приведение доказательств: <i>Dies ist nach einer Studie der Soziologin Franziska Kunz das Hauptdelikt bei älteren Straftätern, gefolgt von Steuerbetrug, Schwarzfahren, Diebstahl am Arbeitsplatz, Schwarzarbeit und Versicherungsbetrug</i> (Там же).
	Прямое утверждение, констатация: <i>Altersarmut ist nach Kunz' Ergebnissen kein bedeutsamer Grund für kriminelle Taten</i> (Там же).
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПЕРСУАЗИВНЫЕ СТРАТЕГИИ	Использование экспрессивно окрашенных лексических единиц: Auffällig ist jedoch: <i>80 Prozent dieser Straftäter sind in ihrem bisherigen Leben nicht auffällig geworden und stehen zum ersten Mal vor Gericht</i> (Там же).
	Эмфатический порядок слов: <i>Weil wir keine Angst davor haben, ungewöhnliche Wege zu gehen.</i>
	Ирония (в оценке качеств личности): <i>Ach, schnaufte der Karl-Theodor dieser Tage in einem Interview, er wäre so gerne Schneeschaufler. Der also auch</i> [14].
ЦЕННОСТНЫЕ ПЕРСУАЗИВНЫЕ СТРАТЕГИИ	Оценочное сравнение, сопоставление и противопоставление: <i>Zu Guttenberg, soll man meinen, hat doch alles, Geld, Macht, Ansehen und eine Frau, die auch durch eine dubiose Fernsehsendung und unsinnige Afghanistan-Reisen keinen Imageschaden nimmt. Im Gegenteil, die Guttenbergs schwimmen weiter obenauf, sind wahlweise unser amerikanischstes Politikerpaar oder das britischste, weil ein bisschen wie Königs</i> (Там же).
	Обращение к высшим ценностям: <i>Die Überzeugung von der besten Idee führt Menschen leicht zu der Anmaßung, in ihrem Namen konkretes Unrecht rechtfertigen zu dürfen. Der Glaube, im Besitz einer höheren Wahrheit zu sein, verführt dazu, sich von den Hoffnungen, Träumen, Interessen anderer Menschen nicht begrenzen zu lassen, sondern sie dieser Wahrheit unterzuordnen</i> [9].

Очевидно, что частные стратегии персуазивности конкретизируют и дополняют общую коммуникативно-персуазивную стратегию, способствуя тем самым реализации цели персуазивной коммуникации – принятию интенций автора. В жанре дискуссии газеты «Der Tagesspiegel» были отмечены частные персуазивные стратегии, реализуемые в аргументационной структуре жанра с помощью ряда приемов, что показано в таблице.

Как следует из примеров, стратегии персуазивности в жанре «дискуссия» решают на практике широкий спектр задач: привлечение внимания адресата к конкретной проблеме, презентация картины мира, побуждение к действию с целью решения проблемы и др. Журналист использует при этом богатый арсенал фактов, ссылок, цитат, сравнений и сопоставлений. Приведенные контексты наглядно показывают возможность способов реализации персуазивных стратегий в их связи с аргументационными структурами. Информация подается в форме логических умозаключений с целью восприятия интенций автора, осмысленного отношения к проблеме через эксплицитирование причинно-следственных связей.

Следует отметить также, что способ коммуникативного поведения адресанта определяет эмоциональное и ценностное ранжирование лингвистических средств и аргументов, а возникающая эмоциональная опосредованность медиатекста способствует возникновению определенного отношения к прочитанному материалу, исключая ощущение безразличия. Процесс информирования в жанре «дискуссия», очевидно, уходит на второй план, уступая место аргументам, фактам, доказательствам и анализу.

Литература

1. Герасимова И.А., Новоселов М.М. Аргументация как методология убеждения // Вопр. философии. 2003. № 10. С. 72–84.
2. Голоднов А.В. Персуазивная коммуникация: стратегии и тактики воздействия (на материале современной немецкоязычной рекламы): моногр. / СПб.: Астерион, 2010.
3. Дускаева Л.Р. Язык современной публицистики. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 115–143.
4. Мкртычан С.В. Речевые тактики аргументирования в устном деловом межличностном дискурсе // Мир лингвистики и коммуникации: электрон. науч. журн. 2007. №4(9). Т. 1. URL: <http://verlingua.ru>.

5. Пастухов А.Г. Риторика как метод анализа манипулятивной языковой практики // Психолингвистические аспекты языкового анализа текста: сб. науч. тр. Саратов : Изд. центр «Наука», 2009. С. 132–136.

6. Провоторов В.И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка): учеб. пособие. 2-е изд., испр. М. : НВИ-ТЕЗАУРУС, 2003.

7. Тураева З.Я. Лингвистика текста: текст, структура и семантика. М., 1986.

8. Antaki C. Explaining and Arguing: The social Organization of Accounts. London & Thousand Oaks: Sage, 1994.

9. Bruns T. Noch einmal: Kommunismus // Tagesspiegel. 2011. 12. Januar. URL : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/noch-einmal-kommunismus/3698914.html>.

10. Burkhardt S. Praktischer Journalismus. München: Oldenbourg Verlag. S. 205–207.

11. Groschupf J. Brauchen wir ein Seniorenstrafrecht? // Tagesspiegel. 2013. 18. Juli. 2013. URL : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/andere-meinung/leser-debatte-brauchen-wir-ein-seniorenstrafrecht/8513916.html>.

12. Moilanen M. Scheinargumentation als persuasives Mittel // Überredung in der Presse: Texte, Strategien, Analysen. Berlin, N. Y.: de Gruyter, 1994. S. 45–59.

13. Muntigl P., Turnbull W. Conversational structure and facework in arguing // Journal of Pragmatics. 1998. № 29. P. 225–256.

14. Schümann H. Schnee schaufeln mit dem Minister // Tagesspiegel. 2011. 12. Januar. URL : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/schnee-schaufeln-mit-dem-minister/3697540.html>.

15. Überredung in der Presse: Texte, Strategien, Analysen. Berlin, NY.: de Gruyter, 1994.

Argumentation and strategies of persuasion in the speech genre “Discussion”

Based on the analytical genre “discussion” of the German language publishing house “Der Tagesspiegel” there is made the attempt to consider the main persuasive strategies of the genre in accordance with its argumentation system.

Key words: *discussion, printed media, persuasive strategies, argumentation, argumentation structure.*

Н.В. МОТОРИНА
(Волгоград)

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ СКРИПТ «В МАГАЗИНЕ» В АНГЛИЙСКОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПОВЕДЕНИИ

Рассматривается лингвокультурный скрипт – ценностно-маркированная структурированная модель поведения – применительно к современным нормам коммуникации в Англии на материале коммуникативного события «в магазине».

Ключевые слова: *коммуникативное событие, скрипт, концепт, речевой акт, коммуникативное поведение.*

Лингвокультурный скрипт – ценностно обусловленная последовательность коммуникативных действий в рамках некоторого события – представляет собой одно из понятий, используемых в лингвокультурологии, и соотносится с концептом, жанром речи и речевым действием [1–4]. Концепт трактуется как квант переживаемого знания, речевой жанр – как исторически сложившийся ситуативно фиксированный текстотип, речевое действие – как структурированная последовательность интенций, воплощенных в вербальных и невербальных коммуникативных единицах. В отличие от концепта лингвокультурный скрипт имеет сценарный характер, совпадая с концептом в том, что в скрипте выделяются понятийные, образные и ценностные характеристики. Учет ситуативных параметров общения переводит описание скрипта в описание жанра речи. Для рассмотрения особенностей развертывания скрипта требуется анализ речевых действий, составляющих этот скрипт. Отметим, что в научной литературе термином *скрипт* иногда обозначается запись коммуникативного события.

Известно, что в ситуациях повседневного общения (посещение магазина, визит к врачу, вызов родителей в школу и т.д.) проявляются специфические характеристики той или иной лингвокультуры. Эти характеристики осмыслены и освещены в лингвистической литературе еще недостаточно.

Материалом исследования послужили записи текстов коммуникативного события «в магазине» на английском языке, полученные в результате реконструкции этого события при собеседовании с информантами.