

answers to basic questions). - The Kryon Writings, Inc., 1994 – 304 p. *Lee Carroll*. Kryon – Alchemy of the Human Spirit (A guide to Human Transition into the New Age). - The Kryon Writings, Inc., 1995 – 352 p. *Lee Carroll*. Kryon – Partnering with God. - The Kryon Writings, Inc., 1997 – 400 p.

## ПРОГ І.І.

*(Кременчуцький держ. ун-т ім. Михайла Остроградського)*

### МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ У НІМЕЦЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ АРГУМЕНТАТИВНОМУ ДИСКУРСІ

Публіцистичний текст як вербалізований продукт мисленнево-комунікативної діяльності адресанта й адресата – дискурсу [Шевченко 2005, с. 11], відображаючи предметну та комунікативну ситуацію, передбачає спланований вплив на аудиторію, тому одним із першочергових завдань лінгвістики є його різноаспектне вивчення як ефективного медіуму персуазивної комунікації. У цьому науковому контексті німецькі публіцистичні тексти з економіки – об'єкт дослідження – почасти залишилися поза межами дослідницького інтересу. Мета цієї статті полягає у висвітленні теоретичних засад вивчення аргументації в прагмалінгвістичному аспекті та встановленні й детальному описі мовних засобів реалізації мовленнєвих актів у німецькому публіцистичному аргументативному дискурсі. Матеріалом дослідження послуговували 310 публіцистичних текстів з економіки, надрукованих в період 1993 – 2008 років у німецькій газеті «Markt».

Прагматична теорія, в межах якої виконано наше дослідження, трактує аргументацію як вид мовленнєвої діяльності. При цьому аналіз спрямовано на виявлення моделі дискусії, норми її ведення та механізми впливу на аудиторію [Баранов 1987; Григорьева 2007; Eemeren 1996].

Для прагмалінгвістичного трактування аргументації як сфери людського спілкування характерні два підходи: інтерактивний і комунікативний [див.: Васильєв 1999]. «Ці підходи різняться посткомунікативною силою та інтра-аргументними характеристиками: комунікативний аргумент спрямований на розуміння, він може бути валідним або логічно помилковим, його можна спростувати; інтерактивний аргумент припускає прийняття міркування адресатом, він може бути продуктивним, непродуктивним або безцільним» [Васильєв 1999, с. 34].

Таким чином, аргументація постає як частина загальної моделі діяльності людини, а аргументативний процес є способом обробки переконань в когнітивній системі індивідуума. Посилання у вигляді комплексних соціальних уявлень, понять при аргументації залишаються в імплікації, але визначають стратегію і тактику спілкування, «керують» вибором мовних засобів.

Причиною аргументації вважають когнітивний або аксіологічний дисонанс між комунікантами [Белова 1997, с. 12], конфліктність в широкому сенсі, що розуміється як невідповідність між обсягом пропозицій знань, якими вони наділені. Експліцитно виражена незгода стає викликом, стартовою точкою аргументації. Специфічні для кожного учасника позиції іменуються полями аргументації. Поле аргументації – це «індивідуальна чи колективна позиція, яку займає кожен суб'єкт, що включає безліч

компонентів, що відносяться до аргументативного процесу (думки, способи аргументації, фундаментальні принципи» [Григорьева 2007, с. 220].

Аргументація здійснюється на основі аргументативних схем або типів міркувань. Виділяється різна кількість таких схем, найбільшу їх кількість розрізняє Д. Уолтон (двадцять п'ять) [Walton 1996].

Франс Х. ван Еемерен і Р. Гроотендорст виділяють чотири стадії процесу аргументації, які, у свою чергу, відповідають чотирьом етапам аргументативного дискурсу [Eemeren, с. 281 – 283]. Процес аргументації відкриває стадія конфронтації («confrontation stage»), на якій представлена опозиція між висунутою точкою зору та її неприйняттям. В аргументативному дискурсі ця стадія відповідає етапу, на якому виникає сумнів стосовно висунутої точки зору. На стадії відкриття дискусії («opening stage») виявляються антагоніст та протагоніст та визначаються їх завдання в процесі аргументації. Стадія аргументації («argumentation stage») є вирішальною – протагоніст захищає свою точку зору від критичних нападів антагоніста, антагоніст вимагає подальшої аргументації, поки у цьому є потреба. Завершує процес аргументації заключна стадія («concluding stage»), на якій протагоніст та антагоніст підводять підсумки, чи була точка зору протагоніста успішно захищеною під час критичних нападів антагоніста. В аргументативному дискурсі ця стадія відповідає етапу, на якому підводяться підсумки про висновки та намагання вирішити спірне питання.

Створені в теорії аргументації правила її ведення включають максими переконливості, такту, раціональності, істини [Белова, с. 16]. Отже, критичний аналіз наукової літератури, присвяченої вивченню аргументації в прагмалінгвістичному аспекті, дозволяє окреслити основні теоретичні узагальнення, на яких ґрунтується наше дослідження:

- аргументація з позицій прагмалінгвістичної теорії трактується як вид мовленнєвої діяльності;
- аргументація є комунікативною діяльністю суб'єкта в триєдності вербального, невербального та екстралінгвального, метою якого є переконання адресата шляхом обґрунтування у правильності своєї позиції;
  - аргументація реалізується в дискурсі, а формою її фіксації є текст;
  - у процесі аргументації беруть участь адресант і адресат;
  - аргументацію пов'язано зі зміною пропозиційних настанов знань, думок та поглядів адресата;
- аргументативний дискурс протікає згідно з правилами (максимами аргументації);
- аргументація здійснюється на основі аргументативних схем;
- аргументативний дискурс створюють мовленнєві акти, спрямовані на виправдання чи спростування певної концепції;
- найголовнішою прагматичною складовою аргументації є інтенція адресанта.

Відтак, аналіз прагмалінгвістичних властивостей німецького публіцистичного аргументативного дискурсу передбачає його дослідження в термінах теорії мовленнєвих актів з урахуванням чинників позалінгвального контексту, що обумовлюють вибір дискурсивних стратегій, які використовує адресант при мовленнєвій взаємодії.

Логічна схема аргументації в німецькому публіцистичному дискурсі представлена тезою, аргументами та наслідком. Кожна частина логічної схеми виконує притаманні їй специфічні функції, має свою настанову та виражає певний смисл.

У німецькому публіцистичному дискурсі аргументацію створює сукупність взаємопов'язаних мовленнєвих актів, об'єднаних прагматичною настановою на переконання, та зі складною внутрішньою структурою, що включає:

1) тезу, що є окремим мовленнєвим актом, який містить пропозицію 1 та іллокутивну силу 1;

2) докази на користь тези (аргументи), що також є окремими простими мовленнєвими актами і містять пропозиції 2, 3, .... n та іллокутивні сили 2, 3, .... n.

Сукупність пропозиції 1 та пропозицій 2, 3 .... n дає складну пропозицію аргументації. У свою чергу, іллокутивна сила 1 разом з іллокутивними силами 2, 3 .... n є її сукупною іллокутивною силою. Жоден окремий мовленнєвий акт не може бути інтерпретованим як теза чи аргумент: ці акти існують тільки в діалектичній єдності.

Існуючі лінгвістичні описання мовленнєвих актів розрізняються залежно від того, який аспект мовленнєвої діяльності опиняється в центрі уваги дослідника (психологічний, соціальний, інформаційний тощо), а також набором та ступенем диференціації складових, характером відношень, що встановлюються між складовими (ієрархічність і рядоположеність, пряма і непряма детермінованість) тощо.

Мовленнєвий акт (МА) як одиниця комунікативної діяльності характеризується в параметрах інтенціональності, конвенціональності, адресат / н / ості, пропозиціональності [Кубрякова 1997, с. 168]. Усі ці ознаки є добре вивченими та описаними у фаховій літературі. У найбільш вичерпному вигляді вони наводяться І. С. Шевченко, яка обґрунтувала та вивела модель МА з дев'ятьма конститутивними аспектами [Шевченко 1998, с. 36 – 43]. Це відповідає плану змісту, плану вираження та актуалізації висловлення у мовленні.

У нашому розумінні трактування мовленнєвого акту будемо дотримуватися традиційної точки зору, згідно з якою центральними компонентами МА, ядром його прагматичної структури визнаються локутивний, іллокутивний та перлокутивний чинники. Локуція є лінгвістично структурованою оболонкою МА, формою передачі змісту висловлення [Шевченко 2005, с. 41], а іллокуція і перлокуція мають відношення до лінгвістично неструктурованих чинників.

З цього приводу варто зазначити, що Дж. Остін та Дж. Сьорль трактують мовленнєвий акт у цілому з позиції спостерігача, причому тоді, коли його вже здійснено. Така позиція вважається в нашому дослідженні найбільш релевантною, оскільки вона дає змогу чітко оцінити ситуацію, розглядаючи не окремий МА, а певний дискурс, що в свою чергу дозволяє інтерпретувати всі компоненти МА.

Комунікативний намір та іллокутивну силу висловлення покладено в основу класифікації іллокутивних актів, що є однією з найбільш важливих проблем лінгвістичної прагматики. Число класифікацій прагматичних типів висловлювань коливається залежно від теоретичних позицій дослідників та ступеня деталізації класифікованих властивостей. Дж. Серль називає п'ять типів (асертиви, директиви, комісиви, експресиви, декларативи). І.П. Сусов називає вісім типів мовленнєвих актів (констативи / асертиви, комісиви, експресиви, декларативи, директиви, квеситиви, вокативи, оптативи). Г.Г. Почепцов за іллокутивною силою виділяє констативи, промісиви, менасиви, перформативи, директиви, квеситиви та фатичні мовленнєві акти.

У нашій роботі у подальшому будемо розрізняти чотири іллокутивних типи МА (первісних прагматичних значень) – асертив, квеситив, директив та комісив, оскільки вони є мовленнєвою реалізацією відповідних конситуацій життєвого світу, де до мотиву додається інтенціональна компонента діяльності (мета). Окрім того, у ході аналізу матеріалу виникла необхідність розмежування асертивних мовленнєвих актів «констатація» та «твердження». Головна відмінність між асертивами-констатаціями та асертивами-твердженнями полягає в тому, що перші лише констатують факти, дійсний стан справ, об'єктивні відомості. Асертиви-твердження, передаючи фактичну інформацію, одночасно відображають і ставлення до неї адресанта. Відтак, у нашому дослідженні використано таку типологію іллокутивних актів: асертиви-констатації, асертиви-твердження, квеситиви, директиви, комісиви.

Аналіз фактичного матеріалу показав, що комунікативна мета аргументації формується завдяки сукупності окремих цілей мовленнєвих актів, які створюють єдину структуру німецького публіцистичного аргументативного дискурсу, зафіксованого текстом.

Для вербалізації тези в німецькому публіцистичному аргументативному дискурсі характерно використання асертивів-констатацій, квеситивів, рідше асертивів-тверджень.

Найчастіше тезу виражено асертивом-констатацією. Нагадаємо, що метою асертиву-констатації є повідомлення об'єктивних даних.

Наприклад: *Studenten schätzen deutsche Unternehmen als Wunscharbeitgeber* (№ 28, с. 3). Асертив-констатацію у наведеному прикладі репрезентує теперішній час (Präsens).

Асертив-констатація може вербалізуватися за допомогою минулого часу (Perfekt), тобто констатується уже здійснений факт: *Massenfertigung, Freihandel und Globalisierung haben die Kaufkraft der großen Mehrheit im Lande gewaltig gesteigert* (№ 25, с. 5).

Асертив-твердження у ролі тези використовується значно рідше. Це пояснюється тим, що адресант намагається об'єктивно відобразити факт та уникає робити прямі заяви. Характерним маркером мовленнєвого акту асертиву-твердження в німецькому публіцистичному аргументативному дискурсі є використання цитування, посилання на джерело інформації. Наприклад: *«Die Leute brauchen heute Denkestöße und Hilfen, um eine gesunde Balance zwischen privatem und beruflichem Leben zu finden», sagt Professor Seiwert* (№ 15, с. 12).

Теза може актуалізуватися квеситивом: *Wie kann man kreative Potenziale entwickeln?* (№ 26, с. 9). Наведений приклад містить пропозицію: *Die kreative Potenziale wird entwickelt*. Іллокутивну силу даного мовленнєвого акту спрямовано на бажання отримати інформацію, тому аргументацію спрямовано як на задоволення інформаційного дефіциту, так і на доведення істинності пропозиційного змісту.

В аргументах проаналізованого фактичного матеріалу виявлено такі класи мовленнєвих актів: асертиви-констатації, асертиви-твердження та директиви.

Характерними показниками асертивів-констатацій є використання безособових конструкцій типу: *es ist bekannt, wie bekannt* та інших. Наприклад: *Es ist bemerkenswert, dass selbst im Zeitalter fortschrittlichster Kommunikationstechnologie einfache Schaubilder ein wichtiges Hilfsmittel der Verständigung geblieben sind* (№ 15, с. 2); *Jeder weiß aus eigener Erfahrung, wie das ist, wenn ein komplexer Sachverhalt nur mit Worten erklärt wird* (№ 15, с. 2).

Форму теперішнього часу (Präsens) можна вважати маркером асертиву-констатації: *Kommunikation ist Grundbegriff des Menschen* (№ 10, с. 1).

Асертив-констатація може актуалізуватися складнопідрядним реченням, у складі якого є модальне дієслово: *1960 musste ein Industriearbeiter über 224 Stunden molochen, um sich eine Waschmaschine kaufen zu können* (№ 15, с. 15).

Показником мовленнєвого акту «асертив-констатація» є використання Zustandspassiv: *Heute ist das nötige Geld schon nach gut 50 Stunden verdient* (№ 15, с. 15).

Інфінітивна конструкція sein + zu + Infinitiv теж репрезентує аналізований тип мовленнєвих актів: *Gleichzeitig sind Experteschätzungen zufolge 70 Prozent aller Fehler am Arbeitsplatz auf mangelhafte Kommunikation zurückzuführen* (№ 10, с. 1).

Мовленнєвий акт асертив-констатація може бути вербалізованим підрядним реченням з інфінітивним зворотом: *Die Kunst des «Erlebnisredners» ist es, durch seine Sprache Bilder im Kopf des Hörers entstehen zu lassen, ein «Kino im Kopf» zu produzieren* (№ 25, с. 9).

Головна функція асертиву-твердження, окрім повідомлення нової інформації, полягає у вираженні авторського ставлення до пропозиційного змісту. Актуалізація аналізованого типу мовленнєвих актів можлива завдяки формам пасивного стану з модальним дієсловом: *Das Management muss ständig steigenden Anforderung gerecht werden* (№ 13, с. 5).

Безумовним маркером асертиву-твердження є цитування, посилання на джерело інформації: *Die Lösung des Problems ineffektiver Meetings liegt in einer konsequenten Zielsetzung, Planung, Führung und Kontrolle der Gemeinsamen Besprechungszeit* (№ 15, с. 14). Посилання на джерело інформації є способом зняття з себе відповідальності за повідомлення.

Про належність мовленнєвого акту до класу асертивів-тверджень свідчить також використання адресатом неупередженого коментаря: *Da wundert es nicht, dass im Gegenzug die MBA-Interessenten ständig steigt* (№ 25, с. 14).

Іллокутивну силу впевненої мовленнєвої поведінки демонструє використання форм кон'юнктиву: *Aufgabe des Zeitmanagement sei es nicht, das persönliche Zeitempfindung völlig umzukrempeln* (№ 26, с. 9).

Аналіз фактичного матеріалу показав, що аргументи можуть бути виражені директивними мовленнєвими актами, особливо в дискурсі, де наявна тактика поради. Директивний мовленнєвий акт визначається як вираження волевиявлення адресанта, спрямоване на каузацію діяльності адресата, тобто в логічній структурі цього мовленнєвого акту присутній компонент волі. З точки зору іллокутивної мети директиви представляють собою намагання спонукати адресата здійснити дещо.

Традиційним засобом вираження директивів вважається форма імператива: *Bringen Sie eine Information auf die einfachste, verständlichste Form!* (№ 17, с. 12). Проте, вживання імператива для вираження директивних мовленнєвих актів не є типовим для публіцистичного аргументативного дискурсу. Частіше поради даються у м'якій формі, з використанням активних та пасивних форм кон'юнктива та інфінітивних зворотів: *Dabei wären Führungskräfte gut beraten, ihren Linienmitarbeitern ein wenig mehr Aufmerksamkeit zu schenken* (№ 34, с. 15).

У статті «Perfektes Zeitmanagement gibt es nicht» (№ 26, с. 9) йдеться про людей, які мають змогу працювати в режимі, який обирають самі (адвокати, дизайнери, перекладачі, люди творчих професій та інші). Як правильно спланувати свій час, не потрапляючи в розряд людей, затиснутих в лещата часу, та водночас не втратити

заробіток? Своє бачення розв'язання проблеми пропонує автор статті, використовуючи тактику спонукання. Ми розглянемо тут способи вербалізації директивних мовленнєвих актів: *Für Inga Hofmann und Daniela Hensel sind inzwischen zwei Dinge verbindliche Bestandteile ihrer geschäftlichen Vereinbarung: nie länger als maximal zehn Stunden am Tag arbeiten. Und das Wochenende muss frei bleiben und darf höchstens in Notfällen zum Arbeiten genutzt werden. Das heißt, auch bleibt übers Wochenende im Büro* (№ 26, с. 9).

У наведеному прикладі іллокутивна сила директиву реалізується за рахунок використання модальних дієслів, дієслівних форм пасивного стану, прикметника у порівняльному ступені. Контекстуальне значення зачину: *Das heißt* теж розцінюється як директив.

Адресант наводить приклад того, як подолала проблему героїня статті та ілюструє його прямою мовою: *«Die Arbeit findet im Grunde nie wirklich Ende», erzählt sie. Denn die Kontakte zu Auftragskunden müssen nicht nur selbst verknüpft, sie müssen auch durch stetes eigenes Bemühen gehalten und gepflegt werden. «Irgendwann muss man sich dann sagen: «Schluss für heute, genug getan»»* (№ 26, с. 9). Для вираження директивної іллокутивної сили використано цитування у цитуванні.

Маркером директиву вважається інфінітив: *Das Arbeitspensum portionieren und nach Relevanz sortieren: Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang von Fragen des Zeitmanagements* (№ 26, с. 9).

Іллокутивна сила директивного мовленнєвого акту формується за рахунок комплексного використання різнорівневих мовних засобів: *Man sollte einen sich nicht selbst unter Druck setzen, indem man sich einen scheinbar Perfekten Zeitmanager zum Vorbild nehme und seine Methoden zu kopieren versuche* (№ 26, с. 9). У наведеному прикладі директивну силу створюють: модальне дієслово (*man sollte*), інфінітив (*zu kopieren versuche*), дієслово в теперішньому часі кон'юнктива (*zum Vorbild nehme*) та сталий вираз (*unter Druck setzen*).

Отже, аналіз фактичного матеріалу виявив такі варіанти кореляції мовленнєвих актів з логічними компонентами аргументативного тексту: для репрезентації тези характерні асертиви-констатації та асертиви-твердження. Аргументи реалізуються асертивами-констатаціями, асертивами-твердженнями й директивними мовленнєвими актами.

Проблематика дослідження аргументації у прагмалінгвістичному аспекті має широкі перспективи. Існує щонайменше дві можливості подальших розвідок: на матеріалі інших типів аргументативного дискурсу, зокрема юридичного, політичного, рекламного та електронного (інтернет-дискурсу), та з позицій інших мовленнєвих тактик аргументативного впливу.

### Література

Баранов А.Н. Лингвопрагматические механизмы аргументации / А.Н. Баранов, В.М. Сергеев // Рациональность, рассуждение, коммуникация / под ред. А.Т. Шимуратова. – Киев: „Научна думка”, 1987. – С. 22 – 41. 2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации : монография / А.Д. Белова. – К. : Изд-во Киев. гос. ун-та, 1997. – 299 с. Васильев Л.Г. Прагматика аргумента: коммуникативный подход / Л.Г. Васильев, Н.А. Ощепкова // Тверской лингвистический меридиан. – Тверь : Твер. гос. ун-т., 1999. – Вып. 3. – С. 43 – 50. Голубев В.Ю. Аргументативный диалог в американской газете: взаимовлияние логического и языкового аспектов дискурса / В.Ю. Голубев // Argumentation, Rethorik,

Interpretation. – 2000. – Issue 1. – Режим доступа: // <http://www.argumentation.spb.ru>. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография / В.С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с. Кириллов В.И. Логика : учебник / В.И. Кириллов, А.А. Старченко. – М. : Юристъ. – 1995. – 256 с. Серль Дж. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Серль, Д. Вандервекен // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 [Теория речевых актов]. – С. 242 – 263. Шевченко И.С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16 – 20 вв. : монография / И.С. Шевченко. – Харьков : Константа, 1998. – 168 с. Шевченко І.С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І.С. Шевченко, О.І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків : Константа, 2005. – С. 11 – 28. Eemeren van F.H. Fundamentals of Argumentation Theory. A Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments / van Eemeren F. H., Grootendorst R. – New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1996. – 397 p. Walton D. Argument Structure. A pragmatic Theory / D.Walton. – Toronto;Buffalo: University of Toronto Press,1996. –178 p.

### *Довідкова література*

Краткий словарь когнитивных терминов [Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина] – общ. ред. – Е. С. Кубряковой. – М. : Изд-во фил. фак-та МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

### *Ілюстративний матеріал*

1. Markt. Ausgabe №№ 13, 14, 15, 17, 25, 26, 28, 34.

**РАЗУМЕНКО Ф.В.**

(Запорізький нац. ун-т)

## **СТРАТЕГІЯ ПОЛЯРИЗАЦІЇ «СВОЇ-ЧУЖІ» У ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ДЕБАТАХ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА ІТАЛІЇ**

*The article looks into the features of discourse of parliamentary debates in Great Britain and Italy, exemplified by the strategy “we-others”. Comparative analysis of allomorphic and isomorphic tactics, germane to the strategy, within cross-cultural framework, allowed us to highlight dominant and secondary characteristics of actualization of influence of British and Italian MP’s speech on the audience in the light of institutionalized communication.*

**Key words:** *discourse of parliamentary debates, communicative strategy, tactics, “we-others” strategy, allomorphic and isomorphic features.*

Парламентські дебати є важливою сферою інституціалізованої комунікації, оформленої згідно з конвенціями спілкування, що визначають використання адекватних вербальних на невербальних засобів, які у кожному етнокультурному середовищі мають як ізоморфні, так і аломорфні ознаки. Вибір засобів організації впливу на аудиторію обумовлюється певними комунікативними стратегіями, зокрема