

будущему».) *Котельников Г.А.* Теоретическая и прикладная синергетика. – Режим доступа: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%>. *Маврикиди Ф.И.* Фракталы: постигая взаимосвязанный мир // Грани науки: Журнал Благотворительного Фонда «Дельфис». – 2000. – № 3. – С.78-84, послесловие к статье С.84-85. *Морозова И.Б.* Предикативность и предикация в когнитивно-коммуникативной парадигме / И.Б.Морозова // Вісник ХНУ ім. В.Н.Каразіна. – № 973. – Серія «Романо-германська філологія.Методика викладання іноземних мов». – Вип. 68. – Харків, 2011. – С. 165 – 172. *Москальчук Г.Г.* Структура текста как синергетический процесс / Г.Г.Москальчук. – М.: Едиториал УРСС, 2010. – 296 с. *Муратова Е.Ю.* Лингвосинергетика поэтического текста / Елена Муратова. – Мн.: Изд-во «Простобук», 2011. – 219 с. *Пихтовникова Л.С.* Синергетический метод для исследования дискурса в прагматилистическом аспекте / Л.С.Пихтовникова // Вісник ХНУ. – 2009. – № 848. – С.48-52. *Пихтовникова Л.С.* Стилистика і синергетика дискурсу / Л.С.Пихтовникова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2005. – С. 29-35. *Пономаренко Е.В.* Английский дискурс в свете функциональной лингвосинергетики / Е.В.Пономаренко // Филологические науки. – 2006. – № 5. – С. 100-110. *Пономаренко Е.В.* О принципах синергетического исследования речевой деятельности / Е.В.Пономаренко // Вопросы филологии. – 2007. – № 1. – С. 14-23. *Пономаренко Е.В.* Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка): монография / Е.В.Пономаренко; МГИМО (ун-т) МИД России, каф.англ.яз. № 5. – М.: МГИМО-Университет, 2010. – 151 с. *Степанов Ю.С.* Язык и метод. К современной философии языка. /Ю.С.Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1998. *Тарасенко В.В.* Фрактальная семиотика: «слепые пятна», перипетии и узнавания /Закл.ст.Ю.С.Степанова. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232 с. *Юрченко В.С.* Философия языка и философия языкознания: Лингвофилософские очерки /Отв.ред.Э.П.Кадькалова. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 368 с. (Серия «История лингвофилософской мысли»). *Greenbaum, S.* The Oxford English Grammar. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 652 p.

УДК 81'1'42:1

ЛЕБІДЬ О. М.

(Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРСУАЗИВНОГО ВПЛИВУ У ФІЛОСОФСЬКОМУ ДИСКУРСІ

У статті проаналізовано особливості персуазивного впливу у філософському дискурсі, визначено суть поняття персуазивності у сучасних лінгвістичних працях, описано стратегії і тактики персуазивного впливу у філософському дискурсі.

Ключові слова: дискурс, персуазивність, стратегії, тактики.

Лебедь О. Н. Особенности персуазивного влияния в философском дискурсе. В статье проанализированы особенности персуазивного влияния в философском дискурсе, определена суть понятия персуазивности в современных лингвистических работах, описаны стратегии и тактики персуазивного влияния в философском дискурсе.

Ключевые слова: дискурс, персуазивность, стратегии, тактики.

Lebid O. M. The features of persuasive effect in philosophical discourse. The article deals with the persuasive features in philosophical discourse, the concept persuasiveness is investigated and determined in modern linguistic researches, strategies and tactics of persuasive effect are described in philosophical discourse.

Key words: discourse, persuasiveness, strategy, tactics.

Сучасна теорія комунікації характеризується міждисциплінарним характером, що виявляється в дослідженні її проблем на межі різних наук. Мова, як і теоретичне (філософське) мислення, за своїм походженням, за своїми основними функціями та характером свого розвитку і видозмін – явище суспільне, тому наука про мову, безумовно, тісно пов'язана з філософією. В ряді наук, які тяжіють до єдності, напевно, саме лінгвістика і філософія звернені один до одного. Це має і глибоке генетичне коріння, що висвітлюється в працях В. Гумбольдта, О. О. Потебні та ін. [Потебня 1999, с. 42-43; Гумбольдт 1985, с. 383-384].

Філософська наука утворює ту базу, на якій розвивається мовознавство, і вивчає процеси народження, обґрунтування і трансляцію філософських ідей. Цей процес постає перед дослідниками у формі філософського тексту, в мовних структурах якого лежить філософський дискурс. З огляду на це, дискурс умовно можна поділити на науковий та філософський, де перший має за мету дослідити буття в об'єктивній дійсності, а другий – роздуми, пізнання буття у віртуальному різноманітті його форм, структур, рівнів [Кротков 2002, с. 131].

Дискурс філософії є складним лінгвістичним концептом, за дескрипцією І. В. Малиновської, що містить у собі розмаїття складностей, яке тільки може становити об'єкт лінгвістичного дослідження: невизначеність меж і термінології, відсутність одноманітної організації тексту, змішування строгих і розпливчастих композиційних форм, розмитість (а іноді й відсутність) термінологічних дефініцій, імплікаційність підтексту, насичена ідіалектність, поліжанровість, що наближає цей дискурс до художнього; поезизм, логіцизм, алюзійність і метафоричність, гра мовою і смислами і, свідомо та

несвідома кодованість [Малиновська 2009, с. 146-157].

Автор, пишучи свою працю, має на меті свідомо чи підсвідомо вплинути на світогляд читача. За словами Л. Кисельової, у будь-якому дискурсі його учасники ставлять певні немовні цілі, які врешті-решт регулюють їх поведінку [Киселєва 1978, с. 160]. Так, Р. Блакар стверджував, що “висловитись нейтрально” неможливо, оскільки навіть неформальне спілкування передбачає вплив на сприйняття і структурування світу іншою особою [Блакар 1987, с. 91]. Звідси випливає, що робиться наголос на проблему впливу, управління людською свідомістю і поведінкою.

Останнім часом активізується дослідження проблеми впливу у філософському дискурсі, зокрема в таких аспектах: 1) комунікативно-прагматичному (О. С. Иссерс, А. В. Голоднов, І. В. Малиновська); 2) когнітивному (О. О. Варнавська, Д. О. Носкова); 3) психолінгвістичному (В. О. Чернявська) тощо.

Мета статті – проаналізувати особливості персуазивного впливу у філософському дискурсі.

Завдання статті:

- проінтерпретувати поняття *персуазивності* в сучасних лінгвістичних працях;
- визначити особливості персуазивних стратегій у філософському дискурсі;
- розробити модель персуазивного впливу у філософському дискурсі.

Предметом дослідження є особливості персуазивного впливу у філософському дискурсі.

Об'єктом дослідження є персуазивний вплив у філософському дискурсі.

У сучасних лінгвістичних уявленнях дискурс розглядається як процес (інтенціонально зумовлена реалізація тексту) і результат мовотворення: дискурс – це зв'язна послідовність мовних одиниць, створювана мовцем у певний час, в певному місці з передбаченими цілями [Олешков 2006, с. 6]. На думку О. Варнавської, на сьогодні філософський текст ще не став об'єктом уваги настільки, наскільки це детермінується тими можливостями, які він містить у собі як матеріал для вирішення актуальних проблем лінгвістики тексту [Варнавская 2005, с. 35-36].

Як зазначає В. Чернявська, сучасна лінгвістика тексту спеціалізується на прагматичному і когнітивному напрямках, складається з існування таких антропоцентрів дискурсу: адресанта (відправника повідомлення) й адресата (отримувача повідомлення) [Чернявская 2006, с. 78]. У процесі комунікації адресант має на меті вплинути на адресата й отримати від нього бажаний перлокутивний ефект.

Дослідження механізму впливу пов'язане з вивченням такого феномену, як *персуазивність*. Погоджуємося з визначенням В. С. Чернявської, яка трактує персуазивність як вплив автора усного чи письмового повідомлення на адресата з метою переконати в будь-чому, спонукати до здійснення чи не здійснення тих чи інших дій [Чернявская 2006, с. 25]. Сам термін *персуазивність* (persuadere (лат.) – вмовляти, persuasion (анг.) – вмовляти, переконувати, persuasiveness (анг.) – переконливість) є досить новим в українській лінгвістиці тексту, незважаючи на те, що явища мови і мовлення, що описуються за допомогою даного терміна, вивчаються в рамках риторики і теорії мовного впливу [Безменова 1989, с. 116-133]. З позиції риторики персуазивний вплив характеризується спонуканням адресата до здійснення певних дій у ситуації вільного вибору [Голоднов 2008, с. 16-17]. У рамках лінгвістики тексту це поняття розглядається як оцінка адресанта об'єктивності змісту повідомлення зі сторони його достовірності чи недостовірності, вираження впевненості чи невпевненості знань або як рефлексія автора відносно свого чи чужого повідомлення з позиції достовірного або недостовірного характеру. В теорії мовного впливу персуазивність визначається як, відповідно до внутрішньої форми цього англійського слова, сукупність прийомів і засобів, спрямованих на посилення аргументів у процесі аргументації [Иссерс 2008, с. 67]. Персуазивним називають будь-який мовний вплив, з метою викликати певне відношення чи дію реципієнта [Чернявская, Логинова 2002, с. 65-66].

Очевидно, що персуазивний вплив здійснюється в рамках різних функціональних стилів, дискурсів (рекламному, політичному, філософському). При цьому в тому чи іншому функціональному стилі персуазивні інтенції виражені з різним ступенем інтенсивності. У філософському дискурсі простежується провідна роль персуазивності, бо автор філософського тексту намагається поряд з розвитком визначених ідей залучити читача до співмислення, викликати у нього бажання засвоїти певні ідеї і продовжити їх втілення в прихованій чи відкритій дискусії з іншими авторами.

Залежно від конкретних інтересів впливу – філософський, політичний, комерційний, релігійний – дає змогу говорити про персуазивні типи дискурсу – філософський, пропагандистський, рекламний і т.д. Однак досить проблематично виділити персуазивні тексти (дискурси) в чистому вигляді, і, як пише О. О. Гончарова, персуазивність як функціонально-прагматична характеристика тексту може

розглядатися як потенційний прагматичний сенс / функція окремих мовних одиниць (наприклад традиційних риторичних засобів, чи імперативних конструкцій, персуазивних *per se*) і як загальна функціональна характеристика окремих видів тексту в ієрархії дискурсивних установок, в яких персуазивність набуває статусу первинної текстоутворювальної ознаки [Гончарова 2001, с. 59-68].

Поняття персуазивності також можна визначити як учення про стратегії комунікації (опосередкована), які модифікують відношення та дії адресата [Чернявская, Логинова 2002, с. 65-66]. Термін *комунікативна стратегія* означає план втілення комунікативного наміру відправника повідомлення; план, що регулює 1) зміст / тему інформації, яка закладена в тексті; 2) той комунікативний ефект (реакція адресата), досягти якого він прагне; 3) вибір і комбінацію мовних одиниць, які забезпечують мовне формулювання цілей висловлювання [Гончарова 2001, с. 59-68]. За цим визначенням стратегія співвідносить ціль і можливі засоби її досягнення. Лінгвісти ж трактують стратегію як процес. Так, Т. Снітко, розглядаючи проблему стратегій на когнітивному рівні, припускає існування специфічних мовних стратегій у лінгвокультурах, які пов'язані ментальними типами носіїв мови і культури [Снітко 2000, с. 31]. На думку М. Л. Макарова, під час комунікації стратегії кожного індивіда керуються як його особистим внутрішнім станом, так і уявленням про внутрішній стан інших [Макаров 1998, с. 42].

Залежно від ступеня "глобальності" намірів стратегії можуть характеризувати конкретний дискурс з конкретними цілями і можуть бути більш загальними. У зв'язку з цим доцільно розмежувати стратегії на основні й допоміжні [Иссерс 2008, с. 106]. Основною стратегією О. Иссерс називає ту стратегію, яка на даному етапі дискурсу є найбільш значимою в аспекті ієрархії мотивів та цілей. У більшості випадків до основних стратегій відносять ті, які безпосередньо пов'язані з впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей, його поведінку (як фізичну, так й інтелектуальну).

Допоміжні стратегії сприяють ефективній організації дискурсивної взаємодії, оптимальному впливу на адресата. Так, стратегічно значимими є всі компоненти дискурсу: автор, адресат, комунікативний контекст. У зв'язку з цим виділяють такі стратегії: самопрезентації, статусні, рольові, емоційно-спонукаючі, формування іміджу, контроль над темою, ініціативою тощо [Иссерс 2008, с. 106, 108].

Стратегії філософського дискурсу характеризуються персуазивними інтенціями, що мають на меті вплинути на адресата, формуючи у нього адекватну поведінку та релевантне знання. Узагальнення напрацювань дослідників (О. Варнавської, Є. Кроткова, Ю. Хабермаса, М. Олешкова, А. Голоднова, В. Чернявської, О. Иссерс) дозволяє виокремити ряд стратегій персуазивного впливу у філософському дискурсі. Такими можна вважати раціональну аргументативну стратегію, яка базується на раціональних аргументах з наявністю вказаних логічних актів і діє безпосередньо на розум адресата [Баранов 1990, с. 169]; риторичні стратегії (особливий вид стратегій), в рамках яких виконуються різноманітні прийоми ораторського мистецтва і риторичні техніки ефективного впливу на адресата [Иссерс 2008, с. 106]; стратегії дискредитації, які реалізуються у вигляді звинувачень та докорів [Иссерс 2008, с. 160]; стратегії підпорядкування, що мають на меті переконати, вмовити адресата у вигляді опосередкованого впливу [Иссерс 2008, с. 141].

Модель філософського дискурсу має свою ієрархічну систему, що характеризується різноманітністю та різнобіччям. Творча реалізація дискурсу допускає різні способи його втілення. Вони можуть комбінуватися залежно від ситуації або один із них використовується як основний, а інші застосовуються в разі необхідності або взагалі не застосовуються. А. Голоднов називає такі способи тактиками (техніками). Іншими словами, тактика є системою вибору і комбінування, тематичного оформлення і текстового кодування відповідних дій, що здійснює адресант під контролем стратегічної цілі [Голоднов 2008, с. 118-119].

Аналіз опрацьованого матеріалу дає змогу побудувати *модель персуазивного впливу*:

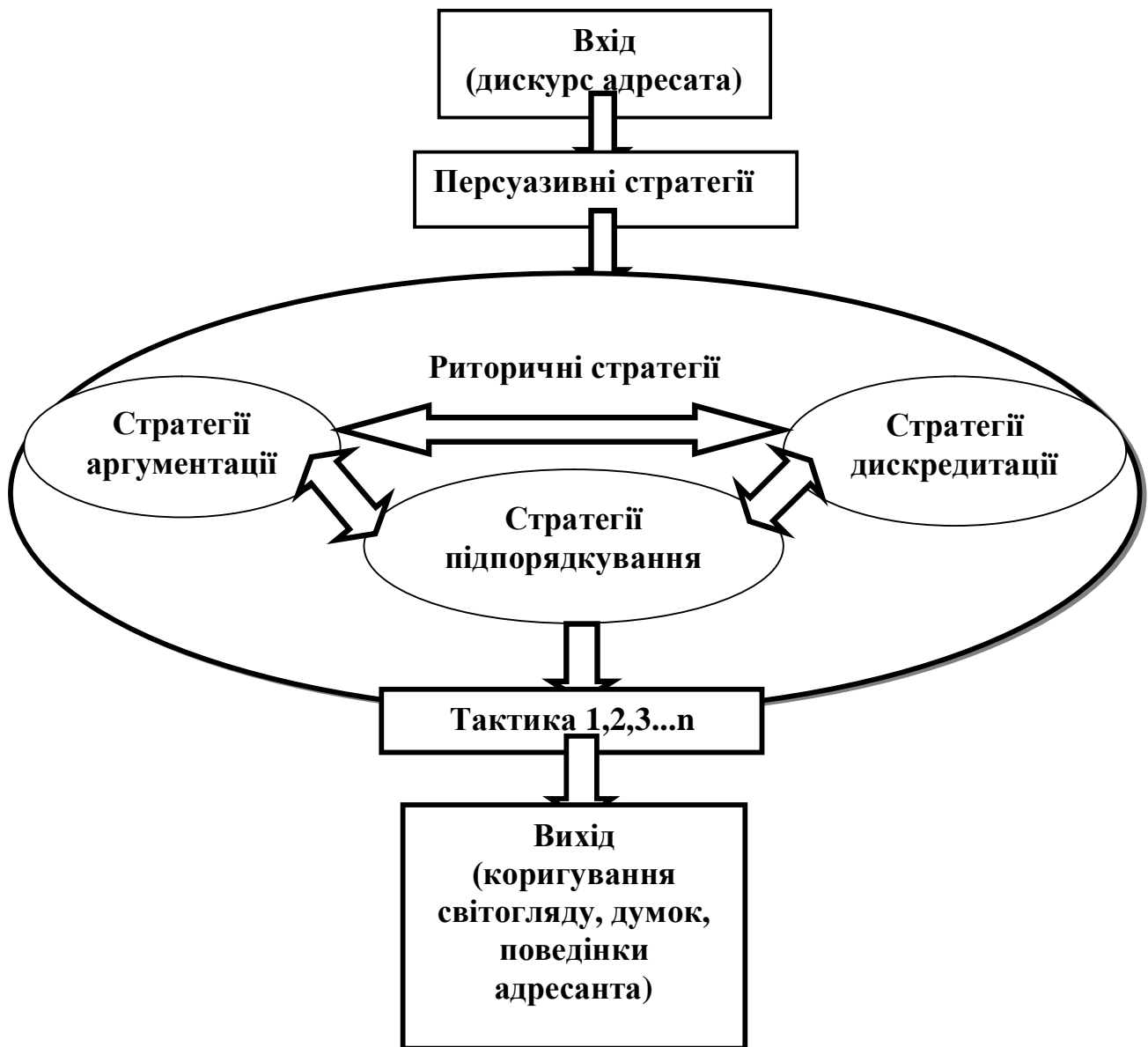


Рис. Модель персуазивного впливу у філософському дискурсі

Так, адресат, використовуючи персуазивні стратегії, має на меті вплинути на адресанта. У свою чергу персуазивні стратегії поділяються на риторичні надстратегії, які включають стратегії аргументації, дискредитації та стратегії підпорядкування; їх реалізація може бути досягнена за допомогою кількісних тактик.

Підводячи підсумки, слід підкреслити, що вплив у філософському дискурсі має специфічний характер. Перш за все потрібно наголосити на винятковості філософських текстів, і персуазивність, яка використовується адресатом як загальний інструментарій впливу також має специфічний, винятковий характер, який залежить від цілей, намірів, психічних установок, життєвого досвіду, знань особистості, на яку здійснюється персуазивний вплив [Кротков 2002, с. 134].

Перспективою подальших розвідок вважаємо дослідження механізмів впливу у філософському дискурсі в прагматориторичному аспекті.

Література

- Баранов А. Н. Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания / А. Н. Баранов // *Язык и социальное познание*. – М. : Центр совет. филос. (методол.) семинаров при Президиуме АН СССР, 1990. – № 5. – С. 166-176. Безменова Н. А. Речевое воздействие как риторическая проблема / Н. А. Безменова // *Проблемы эффективной речевой коммуникации* : сб. науч. тр. – М. : ИНИОН, 1989. – С. 116-133. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // *Язык и моделирование социального взаимодействия* : сб. науч. ст. – М. : Прогресс, 1987. – 484 с. – С. 88-125. Варнавская О. О. Особенности языка философского научного текста : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.19 / Оксана Олеговна Варнавская. – Ростов-на-Дону : Ростов, 2005. – 159 с. – С. 35-36. Голоднов А. В. Риторический

метадискурс: к определению понятия / А. В. Голоднов // Вестник ленинградского гос. университета им. А. С. Пушкина. – Л. : Изд-во ЛГУ – 2008. – № 2(13). – 167 с. – С. 16-17. Гончарова Е. А. Научная коммуникация-дискурс-интердискурсивность / Е. А. Гончарова // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. – СПб: СПбГУЭФ, 2001. – 155 с. – С. 59-68. Гумбольдт В. Язык и философия культуры [пер. М. И. Левина, О. А. Гулыга, А. В. Михайлова, С. А. Старостина, М. А. Журиной] / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1985. – 450 с. – С. 383-384. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : [монография] / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : ЛКИ, 2008. – 288 с. – С. 67-169. Киселёва Л. А. Вопросы теории речевого воздействия: учебник для вузов / Л. А. Киселёва. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1978. – 160 с. Кротков Е. А. Специфика философского дискурса: логико-эпистемические заметки / Е. А. Кротков // Общественные науки и современность: сб. науч. ст. – Воронеж : изд-во ВГУ, 2002. – № 1. – С. 128-135. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе: учебное пособие / М. Л. Макаров. – Тверь : ТГУ, 1998. – 200 с. – С. 42-44. Малиновська І. В. Лінгвістичний аналіз філософського дискурсу: питання ідентифікації і характеристики (на матеріалі сучасного англomовного філософського дискурсу) / І. В. Малиновська // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи / НАН України. Центр наукових досліджень і викладання іноз. мов. – К. : Логос, 2009. – С. 146-157. Носкова Д. А. Теория персуазивности и её репрезентация в окказиональных дериватах : автореф. дис. на получение науч. степени канд. филолог. наук : спец. 10.02.19 / Дарья Александровна Носкова. – К. : изд-во российского гос. ун-та им. Иммануила Канта, 2009. – 22 с. Олешков М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса : [монография] / М. Ю. Олешков. – Н. Тагил : изд-во нижнетагильской государственной социально-педагогической академии, 2006. – 342 с. – С. 6-11. Потебня А. А. Мысль и язык: собрание трудов / Александр Афанасьевич Потебня. – М. : Лабиринт, 1999. – 134 с. – С. 42-43. Снитко Т. Н. К проблеме когнитивных речевых стратегий / Т. Н. Снитко // Когнитивная парадигма [тезисы] / Симпозиум 1: Лингвистика литератур. – Пятигорск : Изд-во Пятиг. гос. лингв. ун-та, 2000. – С. 31-36. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – с. 134. – С. 25-78. Чернявская В. Е. Програма политической партии как персуазивный текст / В. Е. Чернявская, И. Ю. Логинова // Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : изд-во российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2002. – № 5 (11). – 314 с. – С. 64-75.

УДК: 82.0:[101+81'44]

ЛИСЕНКО Н. Є.

(Київський національний лінгвістичний університет)

МОЖЛИВІ СВІТИ

У СВІТЛІ ФІЛОСОФСЬКИХ І ЛІНГВІСТИЧНИХ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ

В статті розглядається феномен мовливих світів у межах лінгвістичних та філософських підходів, а також функціонування цього феномену в семантиці та узусі, особливо у жанрі художньої літератури.

Ключові слова: можливий світ, реальний світ, множинність світів, семантична теорія можливих світів, референція, модальність.

Лысенко Н.С. Возможные миры в свете лингвистических и философских подходов. В статье рассматривается феномен возможных миров в рамках философских и лингвистических подходов, а так же функционирование этого эффекта в семантике и узусе, в особенности, в жанре художественной литературы.

Ключевые слова: возможный мир, реальный мир, множественность миров, семантическая теория возможных миров, референция, модальность.

Lysenko N. Possible Worlds within the Framework of Linguistic and Philosophical Paradigms. This article focuses on a phenomenon of possible worlds according to philosophical and linguistic doctrines as well as on functioning of this effect in language semantics and in speech, particularly in fiction genre.

Key words: possible world, real world, plurality of worlds, semantics theory of the possible worlds, reference, modality.

Сучасний етап розвитку лінгвістичної науки характеризується підвищеною увагою філологів до проблем відображення когнітивного досвіду людини, її ментальних процесів у мові й мовленні. Для більш повного й глибокого дослідження цих феноменів лінгвістика сьогодення широко користується досягненнями інших наук, зокрема логіки й філософії, і підносить на новий щабель наукового пізнання успадковані як від цих наук, так і попередніх етапів розвитку мовознавства, проблеми взаємозв'язку мови і мислення. Питання розробки концепції можливих світів знаходяться в центрі багатьох філологічних студій порубіжжя ХХ–ХХІ століть, що й зумовлює актуальність досліджень такого типу. Вивчення мовних і мовленнєвих явищ з точки зору теорії семантики можливих світів дозволяє не лише по-новому поглянути на вже відомі мовні факти, а й вирішити багато проблем, навколо яких точилися дискусії не одного покоління мовознавців.

Об'єктом дослідження в поданій статті є можливі світи як лінгвокогнітивний феномен, особливості функціонування якого в мові й мовленні становлять його предмет.

Метою цієї розвідки є розкриття сутності поняття "можливий світ", дослідження способів представлення множинності світів у семантиці мови, а також їхньої реалізації в текстовому