

Симакова Ю.В., МБОУ «СОШ №51 “Центр образования”» г. Рязани

К вопросу об аргументативных стратегиях

Речевое поведение, служащее достижению конкретной цели, в частности цели преодоления когнитивного диссонанса (термин Л. Фестингера) – изменения ценностной системы собеседника, имеет вид стратегического процесса, который заключается в выборе языковых средств и является обязательным компонентом коммуникации.

В связи с этим обратимся к понятию коммуникативных стратегий и тактик. **Коммуникативная стратегия** включает в себя «планирование и реализацию речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» («глобального намерения» в терминах Т.А. Ван Дейка), зависящий от конкретных условий общения и личностей коммуникантов [2, 54]. **Коммуникативная тактика**, в свою очередь, представляет собой «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [2, 110]. В данной статье мы сфокусируем внимание на стратегиях.

Производными от коммуникативных стратегий являются **аргументативные стратегии**, под которыми понимают «стратегии рационального обоснования определённой точки зрения посредством активации социально валидных и личностно релевантных смыслов» [4, 3]. Проанализировав труды А.Н. Баранова, О.П. Петрухиной, А.Ю. Мордовина, Н.А. Ощепковой, мы пришли к мнению, что вопрос о видах стратегий и тактик аргументации в настоящее время в науке остаётся не до конца разработанным. Опираясь на определения О.С. Иссерс, а также принимая во внимание позиции названных авторов, мы попытались описать основные стратегии дискурса убеждения, позволяющие говорящему (пишущему) достигать коммуникативной цели в аргументативном дискурсе. Выявленные нами виды стратегий аргументации мы проиллюстрировали с помощью примеров из выступлений Барака Обамы 2012 года, цель которых – убеждение в верности его политического курса и удержание власти в рамках начала предвыборной кампании.

Стратегия рационального аргументирования (логического) в большей степени направлена на разум и основана на фактической информации: статистических данных, результатах исследований, ссылок на законы, постановления, цитаты. **Стратегия эмоционального аргументирования** (иррационального, психологического, риторического) обращена к чувствам реципиента. Эмоциональные аргументы воздействуют на мнение, эмоции и ценностные установки слушателей с помощью яркого примера, личного опыта, уверенности говорящего, стилистических средств (метафора, сравнение и прочие).

Стратегия двусторонней аргументации основана на использовании ирреального аргумента (аргументация от противного) (термин А.Н. Баранова) и заключается в том, что наряду с аргументами в защиту своего тезиса автор приводит довод в пользу оппонента (реального или воображаемого) и показывает его несостоятельность. *Now, you can call this class warfare all you want. But asking a billionaire to pay at least as much as his secretary in taxes? Most Americans would call that common sense* ([Barack Obama, State of the Union Address, January 24, 2012](#)).

Стратегия аргументативного манипулирования (псевдоаргументация) используется с целью уклонения от полноты представления информации и создания видимости подтверждения высказываемой точки зрения [4]. Манипулятор «сознательно скрывает истинную цель воздействия на адресата, часто прибегая при этом помимо «ложных» аргументов к тщательному дозированию искаженной информации, к использованию в речи негативных оценочных и императивных реплик, к речевой агрессии» [1, 567]. Так, например, Барак Обама в выступлении, посвященном годовщине убийства террориста Усамы бен Ладена, несколько раз утверждает, что тема выступления – экономика: *Now tonight, I want to talk to you about the economy. But first, a little more about the killing of Osama bin Laden. ... Now, I'll get to the economy in a minute, but while I'm on the subject, there seems to be some confusion among the general public about when exactly we celebrate Killing Osama bin Laden Day.* В заключение он подытоживает сказанное о годовщине убийства бен Ладена и делает вывод об экономике, не указав при этом никакой фактической информации и не приведя ни одного аргумента: *Well, I'm afraid that's all I have time for tonight. The economy, by the way, is looking fantastic* ([Obama Address Cold Open, May 6, 2012](#)).

Стратегия ретрогрессивной презентации точки зрения [3] заключается в озвучивании тезиса после предоставления возможных аргументов: *First, if you're a business that wants to outsource jobs, you shouldn't get a tax deduction for doing it. Second, no American company should be able to avoid paying its fair share of taxes by moving jobs and profits overseas. Third, if you're an American manufacturer, you should get a bigger tax cut. So my message... My message is simple. It is time to stop rewarding businesses that ship jobs overseas and start rewarding companies that create jobs right here in America.*

Выбор типа аргументов, стратегий и тактик убеждения, разумеется, зависит от особенностей реципиента и конкретной цели дискурса. Зачастую рассмотренные типы аргументов комбинируются, чтобы достигнуть более сильного эффекта убеждения.

Использованная литература

1. Завьялова О.Н. Речевое (языковое) манипулирование // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 566-570.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
3. Мордовин А.Ю. Аргументативные стратегии языковой личности североамериканского политика: На материале дискурса Г. Киссинджера, Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. филол. наук Иркутск 10.02.04, 2004. – 19 с.
4. Петрухина О.П. Аргументативные стратегии британского политика: Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04. Абакан, 2009. – 18 с.