

# АРГУМЕНТАЦИЯ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ В ПОЛЕМИКЕ. ВИДЫ АРГУМЕНТОВ.

Зайцева М.А.

*ХГПУ им.Г.С.Сковороды.*

Целью данной статьи является анализ аргументации как лингвистического элемента в полемике; установление видов аргументов, присущих первичным статьям-рецензиям и вторичным статьям [Зайцева 2000: 36] в зависимости от иллокутивной цели.

«В рамках когнитивной парадигмы... аргументацию можно определить как комплекс вербально реализованных когнитивных процедур обработки знания, приводящих к изменению его онтологического статуса в модели мира адресата и тем самым реально или в перспективе влияющих на процесс принятия решений» [Баранов 1990: 41]. Другой исследователь, занимающийся проблемами аргументации, дает такое определение: «Аргументация – это определенная человеческая деятельность, протекающая в конкретном социальном контексте и имеющая своей конечной целью не знание само по себе, а убеждение в приемлемости каких-то положений» [Ивин 1999: 255]. Наконец, основоположники современной теории аргументации Ф. ван Еемерен и Р.Гроотендорст отмечают, что «Аргументация является социальной, интеллектуальной и вербальной деятельностью, служащей тому, чтобы оправдать или опровергнуть мнение, состоящее из набора утверждений и направленной на получение одобрения аудитории» [цит. по Почепцов 1999: 84]. Общим в определении является то, что а) аргументация рассматривается как один из видов человеческой деятельности и б) целенаправленность аргументации на получение одобрения со стороны воспринимающих информацию.

Особенностью аргументации стал тот факт, что «в отличие от таких когнитивных категорий, как оценка, дескрипция или именование, она – за исключением отдельных лексических единиц – не имеет языковых аналогов, непосредственно предназначенных для выражения аргументативных смыслов» [Баранов 1990: 42]. Анализ языковых средств, задействованных в аргументации, может проводиться на основании того, что в современной лингвистике план содержания языковой единицы включает два компонента – семантический компонент и прагматический компонент. Семантический компонент фиксирует аргументативные смыслы высказываний в лексическом значении слов. Прагматический компонент позволяет отображать аргументативные смыслы «...в иллокутивной составляющей высказывания...» [Баранов 1990: 41].

С точки зрения целей и задач комплексного лингвистического исследования автор считает необходимым рассмотреть, какими типами речевых фактов может выражаться когнитивная нацеленность аргументации. Мы следуем высказыванию А.Н. Баранова, что «...иллокутивное содержание речевых актов...не может противоречить когнитивному аспекту аргументирования, более того, оно должно эксплицировать его в тех или иных отношениях»[Баранов 1990: 42]. Эксплицитная аргументация преследует выполнение иллокутивной функции убеждения адресата, воздействуя на модель мира адресата и на процесс принятия решения в итоге.

Для явного аргументирования, а именно оно является употребимым в полемической статье и статье-рецензии, характерны две основные группы речевых актов:

1 группа—«императивы» в широком понимании: приказ, повеление, совет, пожелание, желание. Эта группа речевых актов сравнительно редко используется в литературоведческой полемике.

2 группа—«эпистемическая»--ограничена речевыми актами утверждения, предположения, выражения мнения [Баранов 1990: 42]. Эта группа наиболее широко используется и в статье-рецензии и собственно полемической статье. Можно объяснить это тем, что автор и адресат находятся в равноправном положении. Этот факт постоянно подчеркивается полемистом и критиком, например: *«Однако газет а «Московские новост и» адресована инт еллигент ному чит ат елю, и с ее авт оров иной спрос»; «И для «продвинут ого» чит ат еля счастье эт о опят ь-т аки почт и осязаемо»*. В данных примерах слова интеллигентный и продвинутый, обращенные к читателю, ставят его в приоритетное положение.

«Эпистемические» речевые акты могут включать аргументы разных видов, где «...аргумент представляет собой одно или несколько связанных между собой утверждений»[Ивин 1997: 6]. Отличительной особенностью аргументов, доводов, в политическом, рекламном и полемическом дискурсе «...является запоминаемость, тиражируемость и воспроизводимость в речи реципиентов, то есть символизм и стереотипность»[Белова 1997: 112.]. Ряд аргументов объединяются в какой-либо речевой акт, обладающий той или иной иллокутивной силой. В совокупности речевые акты оказывают сильный перлокутивный эффект в посткоммуникации.

В результате отбора и классификации аргументов или доводов были определены наиболее частотные в статьях-рецензиям и полемических статьях:

1. аргумент к авторитетному мнению: *«Через прост ранст ва двадцат ого века В. Акимову от вечае т Маяковский:*

*Мне*

*и рубля*

*не накопили ст рочки,*

*краснодеревщики не слали*

*мебель на дом.*

*И кроме*

*свеж евымыт ой сорочки,  
скаж у по совесть и,*

*мне ничего не надо»;*

*«Вот мнение ист орика, т щат ельно изучившего ж изнь и переписку Колчака...»;*

*аргумент к подлинным источникам: «...Вернувшись домой из-под ареста а, Дост оевский в т от ж е день (23 март а) получил следующее письмо (хранит ся в рукописном от деле Пушкинского Дома)...»; «...И.Гилилов исследовал т ри (а не два, как у Г.Круж кова) экземпляра средневековой книги «Жерт ва любви» с разными датами издания и несовпадающими сведениями об издат елях на т ит ульных лист ах»;*

*аргумент к историческим фактам: «Лучшее, чт о «дет ьми 37-го года» создано, создано как раз на энергии от каза, на неприят ии «рая для эст ет ов». И эт о-т о «энергию от каза » Владимир Бондаренко прет ворят в оправдание «великой эпохи...»»; «...Как извест но, в т ом ж е 1592 году издат ель Генри Чет л выст упил с веж ливыми извинениями...»;*

*аргумент к культурным традициям: «Русской т радиции «полнот ы сердца», «дет ской»искренность и и ест ест венност и вы, господин профессор, прот ивопост авляет е «ст рогию», чиновничью, западную «эт икет ност ь»публичной речи и публичного поведения»; «В результ ат е возник российский лит ерат уроцент ризм—сумма или ... произведение взаимоотноств одейст вующих факт оров (высоких запросов продвинутой инт еллигенции и от ст алой социальной ст рукт уры)...»;*

*аргумент к здравому смыслу: «Кит айский язык т ож е сост оит из ребусов, но ст оит ли упрекат ь кит айцев в нарочит ой сложност и, придуманной для прот ивост ояния, скаж ем, вьет намцам. Лучше...выучит ь их язык»; «И свобода ест ь т о единст венное безусловное сост ояние, в кот ором т олько и осущест вляют ся наши возможност и...человек реализует ся как человек»;*

*аргумент к эрудиции: «Чт о ж е от носит ся до побед, т о...они все больше подозрит ельные: разгромили на Куликовом поле т емника Мамай, но через год т ат ары в от мест ку выгнали из ст олицы Дмит рия Донского...»; «Ут верж дат ь, чт о Томас Манн к 1929 году «...еще не обрел своего лит ерат урного «я»--значит не чит ат ь ни «Волшебной горы», ни «Тонио Крегера».*

Перечисленные аргументы являются общими для критических статей-рецензий и вторичных статей. Они содержат элементы полемичности, так как уже любое стремление убедить противоположную сторону предполагает несогласие с кем-либо, с его позицией. Как и в любом споре, элементы конфликта здесь тоже присутствуют, потому что несогласие подразумевает конфликт, опровержение, победу собственного мнения. Лексически это выражается наличием контекстуальных антонимов, как одного из способов развития или свидетельства о конфликте: «энергия отказа—оправдание «великой эпохи»; «полнота сердца,

искренность»--«этикетность»; чем упрекать—лучше выучить; три экземпляра—два экземпляра.

Для вторичных статей автором были выделены аргументы, которые тесно переплетены с конфликтной ситуацией. Такие аргументы являются характерными именно для этого вида статей. Собственно аргументация, представленная речевыми актами с иллокутивными целями утверждения, доказательства, уступает место речевым актам, основной иллокутивной целью которых является высмеивание позиций критика или критикуемого произведения, опровержение любыми способами. Подобные аргументы нельзя рассматривать как доводы в прямом смысле слова: они не столько служат доказательству, сколько приближают победу полемиста. Некоторые исследователи, в частности А. Ивин, относят такие аргументы к стандартным некорректным аргументам. Для полемических статей это:

аргумент к аудитории—«...попытка опереться на мнения, чувства и настроения аудитории вместо обоснования тезиса объективными доводами»[Ивин 1999: 311]. Мы считаем, что для литературоведческой полемики аргументы такого типа лучше обозначить как аргумент к эмоциям. Недостаток знаний или отсутствие должных доводов нередко восполняется различными средствами эмоционального воздействия. Так, Г.Лихтенберг писал: «Это великий ораторский прием—уметь иногда только уговорить людей, когда их можно было бы убедить. Потом они часто думают, что их убедили, между тем как их просто уговорили»[Лихтенберг 1965: 214].

*«Узнав себя в сонет ах, Эмилия ...поспешила долож ит ь всему миру, чт о не имеет ничего общего с коллекцией пороков «смуглой леди»..Ну, а если кт о подумает и скаж ет ...будет имет ь дело с капит аном Ланье...».*

Эмотивные высказывания повышают, увеличивают воздействующую силу текста, так как срабатывают более простые механизмы, вызывающие возмущение, негодование, сочувствие. Тогда как для обработки фактической информации (аргумент к историческому факту, эрудиции и т.д.)требуется задействование сложных механизмов долговременной памяти, установление ассоциативных цепочек, соотнесение с уже имеющейся информацией. Эмотивные высказывания обладают значительным прагматическим эффектом. «Разум требует высшей степени дисциплины, концентрации внимания. Много легче обычное впечатление. Разум отталкивает зрителя, логика досаждае т ему. Эмоции возбуждают, они ближе к поверхности...»[Феофанов 1974: 227].

Следующий стандартный некорректный аргумент—аргумент к личности—«...приписывание оппоненту недостатков, реальных или мнимых, представляющих его в смешном свете...подрывающих доверие к его рассуждениям»[Ивин 1997: 311]. *«Вот она—судьба! Начинали-де вмести, а вот не погулял наш Лева с нужной дамой, как Бродский и сидит т еперь без Нобелевской премии! Кт о ж е виноват ? Бродский, кт о ж е еще!»;*

аргумент к антиавторитету—цитирование непопулярных по разным причинам политических, государственных и общественных деятелей, писателей, поэтов, ученых при изложении взглядов оппонентов. В этом случае отрицательное отношение к неавторитетному лицу как бы проецируется на концепцию критика: *«... Ленин в беседе с художником Анненковым, признавшись попутно в своей антипатии к интеллигентам, прямодушно обнажил намерения властью касательно искусства: «когда его пропагандная роль, необходимая нам, будет сыграна... Мы его—дзык, дзык! вырежь ему. За ненужность»;*

аргумент к незнанию или невежеству—«...ссылка на неосведомленность оппонента...в вопросах, относящихся к существу спора, упоминание таких фактов или положений, которых никто из спорящих не знает и не в состоянии проверить»[Ивин 1997: 313]. Нюансом литературоведческой критики и полемики служит то, что критик или полемист оперируют такими фактами, о которых автор, критик умалчивает не от незнания, а от нецелесообразности их использования. Происходит смещение акцентов: автор, критик акцентирует внимание читателей на нужных ему фактах, в то время как рецензент, полемист выдвигает свои доводы, актуализируя «умалчиваемые» факты в своих целях. Поэтому точнее этот аргумент можно назвать как аргумент к незнанию адресата, преподнесенный как незнание, невежество оппонента.: *«И я посчитал, что о Сарнов в пылу недовольства новым поколением литераторных критиков (такое случается между поколениями) перепутал Горького с кем-то из современных писателей вроде Ан. Королева или Вик. Пелевина, о которых я и в самом деле частенько позволял себе высказываться в выше означенном тоне.»* Довод полемиста не поддается ни подтверждению, ни опровержению, чего от него не требуется, но при этом выполняет свою иллюкутивную функцию—поставить под сомнение компетентность критика в данной теме или намекнуть на то, что критик не брезгает и подтасовкой фактов.

Еще один некорректный аргумент—аргумент к стереотипам. Стереотипы, как и эмоции, не требуют времени и сложных мыслительных процессов, направленных на усвоение содержащейся в них информации. В сознании каждого человека существует определенный набор истин. «Люди, будучи членами одного сообщества, разделяют эстетические, этические, моральные концепты, среди которых помимо универсальных, общечеловеческих есть ряд национально и социально-специфических»[Белова 1997: 85]. *«А плевать на то, чем питаешься, я как-то родителем не приучена.»*

Таким образом, все аргументы в полемических статьях можно разделить по иллюкутивным целям. Доводы, имеющие иллюкутивную цель убеждения аудитории, подразделяются на:

1. Аргумент к авторитетному мнению.
2. Аргумент к подлинным источникам.
3. Аргумент к историческим фактам.
4. Аргумент к культурным традициям.

5. Аргумент к здравому смыслу.
6. Аргумент к эрудиции.

При наличии иллокутивной цели высмеивания взглядов критика или критикуемого произведения можно говорить о следующих видах аргументов:

1. Аргумент к аудитории.
2. Аргумент к эмоциям.
3. Аргумент к личности.
4. Аргумент к антиавторитету.
5. Аргумент к незнанию или невежеству.
6. Аргумент к стереотипам.

#### ЛИТЕРАТУРА.

1. Баранов А.Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.—М.: Наука, 1990.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации.—Киев, 1997.
3. Зайцева М.А. Установка на конфликт как связующее звено полемического дискурса // Русская филология. Украинский вестник 2000. -№3-4.
4. Ивин А.А. Основы теории аргументации.—М.: Гуманитарный изд. центр ВЛАДОС, 1997.
5. Ивин А.А. Логика.—М.: Фаир—Пресс, 1999.
6. Лихтенберг Г.К. Афоризмы.—М.: Наука, 1965.
7. Почепцов Г.Г. Элементы теории коммуникации.—Ровно: Волынские береги, 1999.
8. Феофанов О.А. США: Реклама и общество М.: Мысль, 1974.