

Аргументативний дискурс як вияв комунікативної взаємодії в соціальних мережах

С. О. Нерян

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Corresponding author. E-mail: sofochkania@gmail.com

Paper received 30.03.19; Accepted for publication 12.04.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2019-195VII59-11>

Анотація. Статтю присвячено дослідженню мовної аргументації комунікантів під час спілкування в соцмережах. Визначено особливості комунікативної взаємодії в мережевій комунікації, що має дистанційний і віртуальний характер. Схарактеризовано специфіку аргументації в дописах і коментарях користувачів українськомовного сегменту мережі Facebook. Виокремлено особливості аргументації в мережевому спілкуванні й обґрунтовано поняття аргументативного дискурсу. Доведено, що аргументативний дискурс охоплює логічне, психолінгвістичне, лінгвокогнітивне і комунікативно-дискурсивне трактування. Аргументативний дискурс визначено як комунікативну подію, що актуалізує комунікативний намір переконання і доведення власної позиції за допомогою вербальних і невербальних засобів. Виявлено, що особливості аргументативного дискурсу в соціальній мережі: дистанційність, полілогічність, інтерактивність, поєднання раціональності з емоційністю та активне використання графічних засобів комунікації.

Ключові слова: аргументативний дискурс, інтеракція, комуніканти, мовленнєва поведінка, соціальна мережа, мережевий дискурс.

Вступ. Активний розвиток інформаційних технологій спричинив пошук новітніх форм комунікації, серед яких чільне місце посіло спілкування в соціальних мережах. Специфіка віртуальної дистанційної взаємодії зумовлює й пошук новітніх форм вербального впливу, серед яких основне місце належить переконанню інших комунікантів в актуальності, важливості або істинності власної позиції. Зважаючи на це, учасники мережевого спілкування демонструють аргументативне спілкування, спираючись на основні параметри аргументативного дискурсу. Аргументація як відома з античних часів логіко-риторична форма взаємодії набула в мережевому дискурсі принципово нових виявів реалізації, що спричинило появу жанрів, стратегій і тактик, релевантних саме для мережевого спілкування. Користувачі соцмереж демонструють певні комунікативні ролі, переконуючи один одного у власній правоті щодо соціальних, політичних, культурних та інших питань. Спілкування має як кооперативний, так і конфліктний характер, що визначає аргументативний дискурс, однак відрізняється й значною відкритістю, інтерактивністю, динамічністю, що зумовлено особливостями комунікативного простору – соціальної мережі. Взаємодія двох типів дискурсу – аргументативного й мережевого – стало центральним у фокусі нашої уваги в науковій розвідці.

Стислий огляд публікацій з теми. Вивчення аргументативного дискурсу (далі – АД) представлено основними науковими напрямами – психолінгвістичним, лінгвокогнітивним і комунікативно-дискурсивним. **Психолінгвістичний підхід** у дослідженні АД представлений працями представників К. Беседіної, Л. Васильєва, С. Сухих та ін. У межах психолінгвістичного підходу увагу зосереджено на сугестивних особливостях різновидів АД (навіювання, переконання, емоційність тощо), зокрема політичного й рекламного. К. Беседіна в межах цього напряму пропонує лінгвопсихологічний підхід до аналізу АД, що передбачає «перенесення акцентів з опису семіотичного процесу породження, розуміння, засвоєння мовних структур на зміст глибинних чинників, що визначають переваги

використання тих чи тих мовних конструкцій у розв'язанні суб'єктом комунікативних завдань та пріоритетне вивчення відмінностей знакоутворення та лінгвоаргументативних особливостей у носіїв різних полюсів когнітивного стилю» [3, с. 8]. **Лінгвокогнітивний підхід** у дослідженні АД представлений актуалізацією когнітивної сутності аргументації, що полягає в цілеспрямованій передачі знань про предмет розмови, при сприйнятті якого в моделі ситуації адресата можуть проходити певні зміни в умовах когнітивного дисонансу. З когнітивної точки зору аргументація є сукупністю процедур, що є фрагментом моделі світу мовців, які можуть призвести до змін у структурах знань співрозмовників через обмін інформацією і знаннями у ході комунікативної інтеракції. Зазначимо, що когнітивні процеси передують аргументації та певним чином конструюються як соціально прийнятні аргументи [4, с. 135]. У межах лінгвокогнітивного підходу описано й аксіологічні параметри АД: «система цінностей вторгається в процес аргументації як аксіологічний дисонанс – як відсутність збігу в оцінці цінностей» [2, с. 44]. Лінгвокогнітивний підхід стосується пізнавальних здібностей учасників інтеракції: «Складники психіки адресата як суб'єкта текстосприйняття, що визначаються у вигляді взаємопов'язаних інтелектуалізованих, емотивних та вольових структур, знаходять своє відображення в основних когнітивних універсалах референції, модифікації і предикації; під час інтерпретації відбувається актуалізація відповідних психічних структур (інтелектуалізованих, емоційних чи вольових)» [10, с. 7]. **Комунікативно-дискурсивний підхід** передбачає виокремлення АД й аргументативної ситуації, що віддзеркалено в концепції А. Белової: «Специфіка аргументації як різновиду комунікативного процесу і різновиду мовленнєвого впливу визначена атмосферою конфліктності, що розуміємо як когнітивний та/або аксіологічний дисонанс» [2, с. 281]. Цей підхід має комплексний характер й охоплює когнітивні, психолінгвістичні комунікативно-дискурсивні параметри АД. Ю. Кошеварова визначає АД як «зв'язний усний або письмовий текст, що конструює послідов-

ність висловлень в певній аргументативній комунікативній ситуації, у процесі розгортання якої мовці почергово продукують взаємопов'язані аргументативні висловлення з метою досягнення певної комунікативно-прагматичної мети – переконати співрозмовника в істинності певного судження і змусити його прийняти відповідну думку» [9, с. 8]. Зважаючи на це, основними рисами АД є інтерактивність і цілеспрямованість.

Серед типів дискурсу, що активно послуговуються аргументацією і репрезентують АД, набув поширення інтернет-дискурс (віртуальний, мережевий). Його дослідники (Н. Ахренова [1], О. Горощко [6], М. Ульянова [11], Ю. Щипіцина [13] та ін.) виокремлюють соціальні мережі як специфічну комунікативну сферу, що потребує ґрунтовного лінгвістичного дослідження, зокрема і в аспекті мовної аргументації. А. Белова на підставі інтенційного критерію – переконання адресата в правильності своєї позиції – виокремлює основні різновиди АД: політичний, юридичний, академічний, рекламний, побутовий і виробничий [2, с. 153]. На нашу думку, розширення комунікативного простору за рахунок віртуального спілкування зумовлює потребу врахування інтернет-дискурсу як одного з основних різновидів АД, зокрема його вияв, представлений у соцмережах.

Мета статті – виявити специфіку аргументативного дискурсу та визначити особливості його реалізації у віртуальному комунікативному просторі – у спілкуванні в соцмережі. Мета зумовила розв'язання таких **завдань** дослідження: узагальнити основні наукові концепції щодо лінгвістичної аргументації й аргументативного дискурсу, визначити аргументативний дискурс та виявити його сутнісні ознаки, розглянути й проаналізувати специфіку мовної аргументації у мережевому спілкуванні.

Матеріалом дослідження слугували дописи й коментарі українськомовних учасників соціальної мережі Facebook, поширені у період 2018–2019 років.

Методи дослідження охоплюють традиційні методологічні підходи, представлені в межах логоцентризму, що зумовило послуговування принципами дедукції й індукції у ретроспективному розгляді теорії аргументації. Методи спостереження та узагальнення використано під час теоретичного опрацювання та узагальнення наукових підходів до вивчення аргументації. Комунікативно-прагматична методологія використана у дослідженні кореляція аргументативного й мережевого різновидів дискурсу.

Результати та їхнє обговорення. Аргументація належить до ґрунтовно досліджуваних феноменів мислення людини з огляду на її логіко-філософські витоки. У Давній Греції аргументацію розуміли переважно як різновид доведення, проте на відміну від доведення аргументація не передбачає істинності тези та прагнення довести її відповідність дійсності. Натомість аргументація є переконувальною діяльністю, мета якої – змінити настанови реципієнтів незалежно від істинності представленого твердження.

Одним з різновидів дискурсу є АД, що комплексно описаний як вияв аргументативного мовлення. А. Белова вважає, що АД – це «цілеспрямоване мовлення в соціально-детермінованій ситуації з метою створення когнітивного й аксіологічного унісона» [Белова, с. 94–95]. Обґрунтування аргументації як переду-

сім комунікативного процесу зумовлює застосування щодо неї комунікативно-дискурсивних параметрів й потрактування аргументативного мовлення в контексті взаємодії мовця й адресата.

Критерій послідовності викладання аргументів на рівні вербальної репрезентації АД деякі дослідники вважають основним. Так, В. Григор'єва наголошує, що АД – це «послідовність висловлень у певній комунікативній ситуації, у процесі розгортання якої мовці почергово здійснюють мовленнєві кроки з відповідною комунікативно-прагматичною метою, а саме – переконати співрозмовника в істинності певного твердження і змусити його прийняти цю думку» [5, с. 24]. Зважаючи на це, АД потрактовано як комунікативну ситуацію, однією з ознак якої є послідовність, почерговість мовленнєвих «кроків» її учасників. Метою ж АД визначено переконання співрозмовника в істинності певного твердження, що, на нашу думку, дещо звужує поняття аргументації й АД. Переконання передбачає насамперед застосування раціональної аргументації, але АД охоплює як раціональну, так і емоційну аргументацію, а досягнення істини – це мета доведення, а не аргументації. Так, емоційність є невід'ємною рисою АД в мережевому спілкуванні, напр.: *...Неймовірні відчуття! Нас багато. Ми вміємо єднатися. Ми думаємо в одному напрямку* (Л. Ніцой, 28.07.2018). Переконання є метою аргументації, проте критерій істинності ми не вважаємо релевантним для АД, хоч погоджуємося з комунікативно-прагматичним визначенням поняття АД.

І. Шевченко та О. Морозова виокремлюють АД за чинниками загальних настанов і комунікативних принципів та розмежовують різновиди АД – переговори та обмін думками [12, с. 235]. Загальна настанова як реалізація комунікативної інтенції і врахування принципів спілкування актуалізує протиставлення кооперативної і конфліктної взаємодії в АД. Представники Харківської дискурсивної школи цілком переконливо визначають такі вияви АД, що підтверджують існування не лише конфлікту в аргументації, а й кооперації. Автори дописів у соцмережі часто свідомо актуалізують саме кооперативне спілкування, напр.: *Це – Цецка Цачева, болгарська юристка, політична діячка, перша в історії цієї країни жінка на посаді голови Народних зборів, а з 2017 року – міністерка юстиції. Сьогодні вона добровільно пішла у відставку зі свого посту. Після корупційного скандалу. Журналісти та Громадський антикорупційний фонд Болгарії звинуватили її та ще трьох однопартиїців в купівлі елітної нерухомості за заниженою ціною. (...) Цецка заявила, що її совість чиста і вона сама попросила про розслідування, щоб скандал не тиснув на партію Герб і на її очільника, прем'єр-міністра країни Бойко Борисова. Моралі і висновків не буде* (З. Казанжі, 23.03.2019). У наведеному дописі подається інформаційний блок – повідомлення невідомої для інших учасників спілкування інформації, після чого автор робить узагальнення, але дає можливість висновки зробити читачам. Як переговори, так і обмін думками – це вияви АД, що орієнтовані на досягнення спільного комунікативного завдання. І хоч учасники мають різні комунікативні настанови, автоскеровані щодо власної позиції, але вони зацікавлені в досягненні згоди.

Критерій інтенції – комунікативної мети – аргументативного мовлення є одним з найважливіших у визначенні АД. На думку С. Калашникової, комунікативна мета АД полягає в «обґрунтуванні поглядів та уявлень, переконанні комунікативного партнера в істинності або прагматичній прийнятності певних висловлень, а глобальна мета АД – це подолання відмінностей у думках за допомогою правильно обраних стратегій і тактик аргументації» [7, с. 7]. Такий підхід відповідає лінгвопрагматичному підходу до комунікації й охоплює як конфліктний вияв АД, так і кооперативний. Учасники АД, представленого в мережевому спілкуванні, часто не стільки критикують позицію співрозмовників, скільки висловлюють власну, не передбачаючи конфронтацію. Висловлення власної думки щодо певної проблеми вказує на полемічність і полілогічність АД, а не його конфліктність, напр.: *Не знаю, хто як, а я оцінюю людей за домашньою книгозбірнею. Приходжу в гості до когось – і мерщій до книжкових полиць. Навіть коли волею випадку опиняюся в робочому кабінеті людини, то спочатку звертаю уваги на книжки (або їхню відсутність)* (А. Люка, 26.12.2018). У такому разі висловлення власної позиції, що може суперечити уявленням і переконанням інших учасників взаємодії, представлена не як конфліктна, а як кооперативна: у дописі відсутня категоричність та безапеляційність, хоч автор і намагається переконати в істинності власної системи цінностей. Завдяки цьому і в коментарях до допису конфліктів не виникає. Це не означає, що конфлікти усунені, навпаки, конфліктна взаємодія має місце не меншою мірою, ніж кооперативна, проте віртуальність мережевого спілкування видозмінює АД, зменшуючи його емоційність і посилюючи раціональність, що сприяє досягненню спільної комунікативної мети.

Форма АД також викликає певні суперечки, зокрема це стосується діалогічності / монологічності й усної та письмової репрезентації. Так, Г. Кім вважає, що АД – «монологічне або діалогічне мовлення в письмовій/усній формі з метою переконання кого-небудь за допомогою мовних засобів у правильності/помилковості, прийнятності/неприйнятності думки, вибору, точки зору, дії тощо» [8, с. 8]. Якщо доведення здебільшого має монологічну форму, то аргументація традиційно належить до діалогічних. Комунікативний простір мережевого спілкування дає змогу реалізувати одночасно всі зазначені форми, оскільки монологічний характер дописів поєднано з діалогічністю (полілогічністю) коментарів, а письмова комунікативної взаємодії нівелюється інтерактивністю учасників, здатних відповідати в режимі реального часу. Звідси в разі виникнення конфліктів дописувач має можливість обмежити спілкування агресивних учасників і керувати перебігом аргументації.

Нам видається обґрунтованим комунікативно-дискурсивний підхід до визначення АД. С. Калашникова пропонує вивчати АД в контексті комунікативної ситуації, «з погляду пропозиційного змісту, аргументативності та іллокутивної сили» [7, с. 6], а Ю. Кошеварова визначає АД як «складний мовленнєвий акт (іллокутивно-актовий комплекс), що має два виміри – послідовність і накладання іллокутивних сил у межах одного висловлення» [9, с. 16]. Спираючись на представ-

лені концепції, ми визначаємо АД як *комунікативну подію, що актуалізує комунікативний намір переконання і доведення власної позиції за допомогою вербальних і невербальних засобів.*

Можливість використання невербальних засобів насамперед графічного характеру, серед яких вагоме місце належить емоціям, характерно для мережевого спілкування загалом, напр.: *Я навіть не буду вам розповідати, як ми сьогодні прийшли в театр на спектакль, який був вчора 😊 :) Останній раз зі мною було таке, коли я я приїхала на літак, який полетів вчора. Навіть не знаю, коли було образливіше!* (З. Казанжі, 20.01.2019). Графічні позначки вираження емоцій дописувача посилюють нерациональний, а емоційний компонент аргументації. А передбачена можливість реагування читачів у вигляді «вподобайок» репрезентує загальне емоційне поле тексту допису: кількісні показники позитивних або негативних емоцій свідчать про загальне сприйняття тексту реципієнтами. Так, велика кількість негативних емоцій, що виражають сум або злість, свідчать переважно про відповідне сприйняття тексту. Наявність же емоцій безпосередньо в тексті допису актуалізує невербальні компоненти його змісту.

З лінгвопрагматичного погляду, «результат, якого прагне досягти мовець у цьому типі мовленнєвого акту, – переконати опонента за допомогою вербальних засобів, вплинути на вибір альтернатив у процесі прийняття ним рішень і, таким чином, здійснити вплив на його поведінку в межах аргументативної ситуації, яку визначаємо як комунікативну інтеракцію, що має обов'язкові компоненти: аргументатори, тема аргументації та мета зняття протиріччя» [4, с. 135]. У спілкуванні в соцмережах аргументація має інше скерування – заохотити читачів до обговорення певної проблеми й активізувати їх вербальну участь у вигляді коментарів, порад, зауважень, питань. З огляду на це аргументативні дописи містять питальні речення, спонукання, форми 2-ої особи, тобто виражають діалогічність, напр.: *Стикнулася з моральною дилемою в метро. От стоїть пузата крупна тьотя, а я сиджу. І що робити, не знаю. Якщо вагітна, то треба вступити місце. А раптом вона просто товста?.. Тоді це буде баді-шеймінг і дискримінація за ваговою ознакою. Що делать?.. (Просто встати не варіант – зразу сяде хижий дяпан, він ближче)* (І. Карпа. 26.03.2019). Авторка допису – українська письменниця І. Карпа – описує проблемну ситуацію, пропонуючи варіанти дій. Проте не може знайти відповіді, яка б її задовольнила, тому звертається за порадами до читачів. На логічному рівні тут представлено складну конструктивну дилему, що потребує логічного розв'язання. На мовному рівні тут представлено розповідні і питальні речення, що активізують читачів до обговорення. Тут виокремлюємо тезу, аргументи й демонстрацію у вигляді дедуктивного міркування – дилеми, а обраний для спілкування суржик й діалогічна форма актуалізують учасників подальшого обговорення.

Висновки. Аргументативний дискурс охоплює логічне, психолінгвістичне, лінгвокогнітивне і комунікативно-дискурсивне трактування, серед яких актуальним є лінгвопрагматичне в межах комунікативно-дискурсивного підходу. Аргументативний дискурс –

комунікативна подія, що актуалізує комунікативний намір переконання і доведення власної позиції за допомогою вербальних і невербальних засобів. Реалізація аргументативного дискурсу у спілкуванні в соціальній

мережі має певні особливості: дистанційність, полілогічність, інтерактивність, поєднання раціональності з емоційністю та активне використання графічних засобів комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ахренова Н. А. Основные способы классификации жанров Интернет-дискурса // Вестник Челябинского государственного педагогического института, 2009. № 9. С. 166 – 174.
2. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев: КНУ, 2003. 300 с.
3. Беседина Е. В. Аргументативный дискурс когнитивно сложных и когнитивно простых личностей: автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория языка. Калуга, 2011. 20 с.
4. Гладь С. В., Чугу С. Д. Лингвопрагматичний аспект аргументативного дискурсу // Актуальні проблеми філології та перекладознавства, 2016. Вип. 10. С. 135.
5. Григорьева В. С. Аргументативный дискурс в когнитивно-коммуникативном аспекте // Вопросы когнитивной лингвистики, 2008. № 1 (014). С. 24 – 31.
6. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Вып. 5. Орел: Каргуш, 2007. С. 223 – 237.
7. Калашникова С. В. Лингвистические аспекты стилей мышления в аргументативном дискурсе: автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория языка. Калуга, 2007. 20 с.
8. Kim G. A. Структурно-прагматические особенности аргументативного дискурса (на материале русского и немецкого языков): автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание. Челябинск, 2011. 20 с.
9. Кошеварова Ю. А. Коммуникативно-прагматический анализ аргументативного дискурса (на материале художественных произведений английских и американских писателей XX века): автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 – германские языки. Уфа, 2006. 20 с.
10. Охріменко В. І. Лінгвокогнітивні та прагматичні аспекти аргументації в іспаномовній рекламі: автореферат дисс. канд. філол. наук: спец. 10.02.05 – романські мови. К., 2002. 20 с.
11. Ульянова М. А. Классификация жанров Интернет-дискурса// Lingua mobilis. № 3 (49), 2014. С. 102 – 110.
12. Шевченко І., Морозова О. Проблеми типології дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія; за ред. І. Шевченко. Харків: ЧФ Константа, 2005. С. 233 – 236.
13. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск: Поморский ун-т, 2009. 238 с.

REFERENCE

1. Akhrenova, N. A. The main ways of classification of Internet discourse genres // Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical Institute, 2009. No. 9. P. 166 - 174.
2. Belova, A.D. Linguistic aspects of argumentation. Kiev: KNU, 2003. 300 p.
3. Besedina, E. V. Argumentative Discourse of Cognitively Complicated and Cognitively Simple Persons: Abstract of a Diss. for the degree of Candidate filol. Sciences: spec. 02.10.19 - the theory of language. Kaluga, 2011. 20 p.
4. Gladjo, S. V., Chugu, S. D., Linguopragmatic aspect of argumentative discourse // Actual problems of philology and translation studies, 2016. Issue. 10. P. 135.
5. Grigorieva, V. S., Argumentative Discourse in the Cognitive-Communicative Aspect // Issues of Cognitive Linguistics, 2008. No. 1 (014). P. 24 – 31.
6. Goroshko, E. I. Internet linguistics: the formation of a disciplinary paradigm // Genres and types of text in the scientific and media discourse. Issue 5. Orel: Cartouche, 2007. p. 223 - 237.
7. Kalashnikova, S.V., Linguistic Aspects of Thinking Styles in Argumentative Discourse: Abstract of a Diss. for the degree of Candidate filol. Sciences: spec. 02.10.19 - the theory of language. Kaluga, 2007. 20 p.
8. Kim, A. A. Structural and pragmatic features of argumentative discourse (on the material of the Russian and German languages): author's abstract diss. for the degree of Candidate filol. Sciences: spec. 02.10.20 - comparative historical, typological and comparative linguistics. Chelyabinsk, 2011. 20 p.
9. Koshevarova, Y. A. Communicative-pragmatic analysis of argumentative discourse (based on the works of art of English and American writers of the twentieth century): author's abstract of the Diss. for the degree of Candidate filol. Sciences: spec. February 10, 2004 - Germanic languages. Ufa, 2006. 20 p.
10. Okhrimenko, V.I. Linguocognitive and pragmatic aspects of argumentation in Hispanic advertising: dissertation. Cand. filol Sciences: special 10.02.05 – Romance languages. K., 2002. 20 p.
11. Ulyanova, M. A., Classification of Internet Discourse Genres, Lingua mobilis. № 3 (49), 2014. p. 102 - 110.
12. Shevchenko, I., Morozova, O. Problems of the typology of discourse // Discourse as a cognitive-communicative phenomenon: monograph; ed. I. Shevchenko. Kharkiv: Black Sea Fleet of Constant, 2005. P. 233 - 236.
13. Shchipitsina, L. Y. Genres of computer-mediated communication. Arkhangelsk: Pomorsky University, 2009. 238 p.

Argumentative discourse as a manifestation of communicative interaction in social networks

S. Nerian

Abstract. The article is devoted to the study of the linguistic argumentation of communicants during communication in social networks. The peculiarities of communicative interaction in network communication are defined, have remote and virtual character. The specifics of the arguments in the posts and comments of users of the Ukrainian-speaking segment of the Facebook network are described. The features of the argumentation in the network communication are singled out and the notion of argumentative discourse is substantiated. It is proved that argumentative discourse encompasses logical, psycholinguistic, linguo-cognitive and communicative-discursive interpretations. The argumentative discourse is defined as a communicative event that actualizes the communicative intention of persuasion and proof of one's own position through verbal and nonverbal means. It is revealed that the features of argumentative discourse in the social network: remoteness, polylogism, interactivity, the combination of rationality with emotionality and active use of graphical means of communication.

Keywords: argumentative discourse, interaction, communicators, language behavior, social networks, network discourse.