

ВЗАЄМОДІЯ СЕМАНТИКИ ТА ПРАГМАТИКИ ПРИ АРГУМЕНТУВАННІ В КОМП'ЮТЕРНОМУ ДИСКУРСІ

Світлана МОЙСЕЄНКО (Київ, Україна)

У статті розглянуто форми аргументації і типи аргументів, а також роль семантики та прагматики комп'ютерного дискурсу у процесі реалізації ефективного аргументування.

Ключові слова: комп'ютерний дискурс, семантика, прагматика, аргументація, інтеракція, діалектичні кроки та контркроки.

This article highlights forms of argumentation, types of arguments as well as the role of semantics and pragmatics of computer discourse in the effective argumentation process.

Key words: computer discourse, semantics, pragmatics, argumentation, interaction, dialect steps and countersteps.

Сучасний етап розвитку лінгвістики, що відбиває комунікативно-прагматичну парадигму в мовознавстві, характеризується зверненням до проблеми мовленнєвої взаємодії, що необхідно для розробки динамічної моделі мови, в цілому, й англійської мови, зокрема. Ця проблема стає міждисциплінарною, оскільки об'єктом її дослідження є не лише лінгвістика, але й низка інших гуманітарних наук – логіки, філософії, соціології, психології, що надає широкі можливості для дослідження мовленнєвої взаємодії через специфічність тлумачення аргументації в кожній із зазначених галузей знань. У зв'язку з цим виникає питання щодо доцільності розробки типології аргументації за предметними галузями, бо їх специфічність може накласти свій відбиток на характер, природу аргументації. Міждисциплінарність проблеми аргументації може бути глибоко досліджена за допомогою аналізу природної (у нашому випадку англійської) мови. Розгляд аргументативного дискурсу саме в контексті мови як засобу спілкування розширює проблему аргументації та виводить її за межі власне логічного підходу, тому що аргументування у повсякденному спілкуванні не вичерпується формально-логічною схемою. В аналізі аргументативного дискурсу необхідним є урахування суб'єктивного

фактору, який диктується структурою особистості, її знаннями, переконаннями, потребами, компетенцією, а також іншими індивідуальними характеристиками людини як психологічної сутності.

Об'єктом нашого дослідження є саме комп'ютерний дискурс, що наразі відкриває новий вимір у людській комунікації, даючи можливість зберігати і швидко передавати великі обсяги інформації, використовувати аудіо- і відеоканали спілкування, а також контактувати в режимі on-line, тобто в безпосередньому лінійному зв'язку з реципієнтом. За своєю прагматичною спрямованістю комп'ютерний дискурс належить до інформативного/аргументативного типу дискурсу, але в даній роботі ми зосередимось саме на його **аргументативному аспекті**.

Аргументація – мовленнєва дія, що включає систему тверджень, призначених для переконання слухача або читача у правильності якоїсь думки. Вона звернена насамперед до розуму людини, яка здатна, подумавши, прийняти або спростувати цю думку [4: 371]. Аргументація – це система продуманих поетапних мовленнєвих дій, яка враховує комунікативну ситуацію в цілому і направлена на досягнення в процесі спілкування кінцевої комунікативної мети – переконати аудиторію прийняти якусь думку. А це, в свою чергу доводить, що аргументація – це мовленнєва стратегія [7: 9].

Вже з самого початку виступу доповідач повинен встановити контакт з аудиторією. Щоб його мова стала свідомством взаєморозуміння і підтримки, йому перш за все потрібно завоювати справжню довіру і пошану публіки, які потім підтримуються впродовж всього виступу [5:126]. Взаємодія комунікантів у даному випадку зводиться до взаємодії картин світу, оскільки мовець та кожен із слухачів оперує власною картиною світу. Когнітивний аспект аргументації полягає в тому, що в ході аргументації здійснюється взаємодія систем сприйняття, репрезентації і продукування інформації, тобто когніція [2:15]. В процесі аргументації мовець реалізує себе як мовну особистість, демонструючи свою екстралінгвістичну, лінгвістичну і комунікативну компетенції. Задіяними виявляються його знання, уявлення, його емоційний

стан, а також його соціальний статус і його соціальні ролі. Успіх промови мовця залежить, як мінімум, від запропонованої ним точки зору, установок по відношенню до пропонента (адресата) і до референтного об'єкту [4]. Ці установки характеризують ступінь довіри, симпатії до пропонента, а завоювання вигідних позицій в цій області залежить від умінь та компетенцій промовця і від характеру реципієнта (адресата). Тільки створивши у адресата відчуття добровільного сприйняття чужої думки, зацікавленості, актуальності, істинності і задоволеності, мовець досягне підтримки реципієнта. Для досягнення поставленої мети використовують такі три основні форми аргументації: доказ, навіювання і переконання.

Доказ – поняття переважно логічне. Це сукупність логічних прийомів обґрунтування істинності якої-небудь думки за допомогою інших істинних і пов'язаних із нею думок. Завдання доказу – знищення сумнівів в правильності висунутої тези:

- *Each file contains an organized collection of records. Does that mean that each individual record has an internal structure, too?*

- *No, not necessarily. I've already said that all records in a given file must be of the same type. This means that each component is stored separately and can be accessed separately. However, some files contain free-format records, and in those cases each record simply contains a long string of text.*

Навіювання – поняття переважно психологічне. Це нав'язування готової думки адресатові шляхом дії на підсвідомість. Завдання навіювання – створити у адресата відчуття добровільності сприйняття чужої думки, його актуальності, привабливості:

- *One last point: you said earlier that C was the result of a development process. Is this development continuing? I mean, are we going to see a language called D?*

- *(laughs) As you know, nothing stands still in the field of computing. There is a language C++ which has developed from C, and its use is increasing. Things are definitely moving to object-oriented programming.*

Переконання складається з елементів як доказу, так і навіювання. Це означає, що промовець наводить як раціональні аргументи, так і емоційні, звертається до розуму, але впливає і на почуття аудиторії, апелює як до істини, так і до думки слухачів, показує всі можливості, вигоди і переваги свого варіанту вирішення проблеми, прагне, аби аудиторія повірила висловленому і сприйняла його [1:18]: *Multimedia is a capability that can be built into products across a variety of market segments, applications, and platforms. In the future, we'll find multimedia in databases, spreadsheets, document processing, e-mail, and many other applications. It'll become as natural to us in our business computing as it is in our home through television and stereo systems.*

Отже, щоб вплинути на адресата, адресант використовує аргументацію, оскільки як і будь-яка стратегія, аргументація має свої методи досягнення цілі – тактики. Кожна з тактик передбачає використання певних форм аргументації, а також певних раціональних та емоційних аргументів. Раціональні (логічні) аргументи – факти з досвіду, статистика, визначення. Емоційні (психологічні) аргументи складають основу переконливої мови. Вони засновані на цінностях і перевагах конкретній аудиторії [1:9] і мають свою семантику та прагматику.

Семантика аргументативного дискурсу відтворює зміст аргументів та тез; щодо прагматичного аспекту аргументації, то до нього належать ті принципи та правила, які забезпечують доречність, дієвість та успішність аргументації [8: 131]. Прагматика комп'ютерного дискурсу – це, перш за все, вплив на адресата з тим, щоб змусити його прийняти певну думку по відношенню до інформації, що повідомляється. Аргументація комп'ютерного спілкування віддзеркалює моделювання людського мислення, що відбувається у процесі комунікації завдяки так званим діалектичним крокам та контркрокам [3: 21], які широко вивчаються в соціолінгвістиці у межах конwersаційного аналізу. Діалектичні кроки притаманні комунікативній ролі адресанта, а контркроки відтворюють ставлення адресата до мовленнєвої події адресанта.

Діалектичні кроки та контркроки комунікантів прогнозують утворення певних прагматичних одиниць, за допомогою яких відбувається вербалізація

базових подій аргументативного дискурсу. Тим самим створюються інтеракції, що базуються на концептах «згода – незгода». Ці концепти зумовлюють семантичний потенціал інтеракцій, які формують комунікативно-прагматичну парадигму позитивного характеру, складовими якої є «повідомлення + згода/ підтвердження/ уточнення» та інтеракції, які мають суперечливий, критичний характер і представлені комунікативно-прагматичною парадигмою «повідомлення + заперечення/ критичне зауваження/ категорична незгода» [б: 330-331].

Проаналізуємо ці комунікативно-прагматичні парадигми і визначимо їхній семантичний потенціал на матеріалі низки зразків діалогічного мовлення, опублікованих у навчальному посібнику з комп'ютерних технологій «Computing».

Спочатку розглянемо інтеракції, що мають позитивний семантичний потенціал:

а) інтеракція «повідомлення + згода»:

- *David, the last time we talked about AI, you said it was concerned with developing computer programs that perform tasks which require intelligence when done by humans.*

- *Yes, exactly.*

Цей блок представляє реакцію на повідомлення діалектичного кроку контркроком «згода». Даний фрагмент мовлення свідчить про те, що взаємодія адресанта і адресата віддзеркалює певну оцінку події, яка носить позитивний характер, тобто відверта згода адресата маркована лексико-семантичною специфікою контркроку;

б) інтеракція «повідомлення + підтвердження»:

- *C was originally written to support the development of the UNIX operating system. Is that right?*

- *Yes, that's right. Dennis Ritchie designed C in the early 1970s and UNIX is written in C.*

Адресат підтверджує істинність фактів висунених адресантом у діалектичному кроці;

в) інтеракція «повідомлення + уточнення»:

- *Getting back to hardware requirements, apart from the expansion boards that you mentioned, is there anything else that's needed?*

- *Yes. The machine must have interfaces for a variety of input and output devices.*

Контркрок адресата відображає істинне положення справ та доповнює інформацію важливими нюансами.

Контркроки мають і інший семантичний потенціал, який відображає суперечливі відносини адресата з приводу істинності змісту запропонованого адресантом. Наприклад:

а) інтеракція «повідомлення + заперечення»:

- *Does the analyst have to supply routing and indexing data?*

- *No, that's largely automated. All the analyst needs to do is enter two items: an IMS index transaction, which is a descriptive code often composed of the form number, and then the customer name. The computer supplies the routing and indexing data.*

Наведений мовленнєвий фрагмент демонструє заперечення адресата на повідомлення адресанта, що має відповідне лексико-прагматичне маркування.

б) інтеракція «повідомлення + критичне зауваження»:

- *Can any PC owner adapt his machine for multimedia applications?*

- *Unfortunately, it's not as simple as that. As far as hardware goes, the machine must have colour, a reasonably high-resolution display – say 640 by 480 pixel resolution, plenty of hard disk storage, and a fairly fast processor ...*

У наведеному прикладі можемо спостерігати ще один варіант контркроку, а саме, «критичне зауваження», у якому адресат не тільки не погоджується з думкою мовця, але й критикує її.

в) інтеракція «повідомлення + категорична незгода»:

- *Mary, one of the impressions that business computer users have is that LANs are only for large businesses. Are they right?*

- *Well, Mike, I don't agree that LANs are only for large companies. They're just as useful for smaller companies, as many of them are beginning to realize.*

Контраргумент адресата «категорична незгода» відтворює найвищий ступінь категоричності щодо подій та фактів, запропонованих адресантом.

Підсумовуючи, слід зазначити, що механізм ефективного аргументування у комп'ютерному дискурсі може бути виявлений завдяки інтеграції семантики та прагматики. У цьому сенсі, нам вбачається перспективним подальший аналіз семантичного і прагматичного навантаження у комп'ютерному дискурсі, оскільки лише обґрунтована аргументативність є способом змінити точку зору співрозмовника або читача.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Анисимова Т.В. Типология жанров деловой речи (риторический аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Т.В. Анисимова; Кубанский гос. ун-т. Краснодар, 2000. – 46с.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / МГУ им. М.В. Ломоносова. Филос. фак. – М.: Эдиториал, 2001.– 358с.
3. Баранов А.Н. Аргументация в процессе принятия решений // Когнитивные решения за рубежом. – Москва, 1990. – С. 19 – 33.
4. Ивин А.А. Логика. Учебник для гуманитарных факультетов – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002 – 457с.
5. Курачек О.Ф. Логические и экстралогические средства убеждения на материале английского языка / О.Ф. Курачек // Коммуникативные стратегии: материалы докладов Междунар. науч. конф., Минск, 28-29 мая 2003 г.: в 2 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2003. – С. 124-130с.

6. Лисичкіна О. Семантика та прагматика аргументування у діловому дискурсі // Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень і методика викладання іноземних мов професійного спілкування у вищій школі: Зб. наукових праць. – Львів, 2007. – С. 329 – 331.
7. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика. Лингвистика: сб. статей.– Смоленск: СГПУ, 2004. – С. 5-11.
8. Шпранц-Фогаші Т. Аргументация как интерактивный ресурс // Вестник Московского Университета. Сер.9. Филология. – 2003. - № 4. – С. 129 – 143.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Мойсеєнко – здобувач кафедри теорії та практики перекладу англійської мови НТУУ «КПІ».

Наукові інтереси: текстологія, дискурсологія, прагматика, семантика, аргументація тексту або дискурсу.