

Гудкова Кира Владимировна

### **КОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АРГУМЕНТАЦИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

Статья посвящена анализу аргументации публицистического текста в свете когнитивного и прагматического подхода к языку. Аргументация рассматривается как совокупность процедур над моделями мира адресата. Речевое действие автора по созданию текста аргументации представляется как переход от замысла к его языковой репрезентации. Используя язык, автор задает перспективу рассмотрения информации. Вариативность перспективы, в которой подается информации, обеспечивается апелляцией к положительным или отрицательным ценностям.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/26.html](http://www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/26.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. I. С. 82-84. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

основными узлами фрейма «искусство», поскольку имеют иное качество образности в отличие от субфреймов «музыка» и «живопись».

Писатели используют синестетическую цвето-свето-звуковую ассоциацию как реализацию межчувственных взаимодействий искусств. Этот особый опыт межчувственных ассоциаций имеет свою национально-культурную специфику. Э. Т. А. Гофман как представитель немецкого романтизма, воплотил в своем творчестве «принцип синтеза искусств», считая музыку чистейшим из них. Писатель отдаёт предпочтение метафорическим конструкциям, используя в качестве объекта метафоризации номинации из классической музыки, а также сочетаемость музыкальных лексем с общеупотребительными, вводя в текст языковые единицы со скрытыми семами, реализующими звучание: *«So kam es, daß Julia schüchtern, mit beinahe ungewisser Stimme begann, und daß Kreisler eben nicht viel besser eintrat. Bald erhoben sich aber beide Stimmen auf den Wellen des Gesanges wie schimmernde Schwäne und wollten bald mit rauschendem Flügelschlag emporsteigen zu dem goldnen strahlenden Gewölk, bald in süßer Liebesumarmung sterbend untergehen in dem brausenden Strom der Akkorde, bis tief aufatmende Seufzer den nahen Tod verkündeten und das letzte Addio in dem Schrei des wilden Schmerzes wie ein blutiger Springquell herausstürzte aus der zerrissenen Brust»* [Hoffmann 2007: 280].

Структурирование концептуального пространства в произведениях М. А. Булгакова происходит в основном по метонимическим когнитивным моделям. Можно выделить основные узлы фреймовой структуры концепта «искусство» в его произведениях это фреймы «музыка» и «живопись». Осмысление окружающего мира происходит при помощи образов классической музыки, народных и джазовых песен. Булгаков усиливает использование цветописи, которая на фоне музыкальных впечатлений кажется менее значимой, более привычной.

Экспрессивные цветовые эпитеты автора актуальны при создании «живописных картин»: *«Удары грома и блистания становились реже. Над Еришалаимом плыло уже не фиолетовое с белой опушкой покрывало, а обыкновенная серая арьергардная туча»* [Булгаков 1987: 660].

Особое мировидение писателей сквозь призму «синтеза искусств» проецируется в художественном произведении и отражается в полимодальном восприятии. Эти синестетические ощущения связаны с эстетическим воздействием различных искусств, номинации которых являются кодовыми сигналами для читателя.

#### Список использованной литературы

1. Булгаков М. А. Мастер и Маргарита. - М., 1987.
2. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. - М., 2003.
3. Первухина С. В. Формирование картины мира через текст: коммуникация текстов // Коммуникация и конструирование социальных реальностей. - 2006. - Ч. 1. - С. 177-181.
4. Перецман Л. С. Экспрессивно-стилистические функции музыкальной терминологии в произведениях Э. Т. А. Гофмана // Вопросы филологии. – Ташкент, 1970. - Вып. 382. - Т. 1. - С. 245-258.
5. Прокофьева Л. П. Звуко-цветовая ассоциативность: универсальное, национальное, индивидуальное. - Саратов, 2007.
6. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. - М., 1997.
7. Тарасова И. А. Идиостиль Георгия Иванова: когнитивный аспект. - Саратов, 2003.
8. Hoffmann E. T. A. Lebensansichten des Katers Murr // Немецкая литература. Электронная библиотека. - М., 2007. - С. 135-598.

## КОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АРГУМЕНТАЦИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Гудкова К. В.

Санкт-Петербургский государственный университет

Статья рекомендована к публикации д.ф.н., проф. Третьяковой Т. П. и к.ф.н., доц. Голубевым В. Ю.

*Статья посвящена анализу аргументации публицистического текста в свете когнитивного и прагматического подхода к языку. Аргументация рассматривается как совокупность процедур над моделями мира адресата. Речевое действие автора по созданию текста аргументации представляется как переход от замысла к его языковой репрезентации. Используя язык, автор задает перспективу рассмотрения информации. Вариативность перспективы, в которой подается информации, обеспечивается апелляцией к положительным или отрицательным ценностям.*

Возникновение когнитивной науки, занимающейся изучением общих принципов мышления человека, дало возможность рассматривать аргументацию как особый вид речевого воздействия на взгляды и поведение человека, направленный на изменение его модели мира.

С позиции когнитивистики модель мира является частью когнитивной системы и представляет собой совокупность представлений об устройстве действительности. Эта совокупность представлений представлена различными знаниями: общие знания о мире, представление о материальных связях окружающей действительности, знания лингвистического характера, знания о правилах и конвенциях речевого поведения, знания о ценностных ориентирах [Ван Дейк 1989].

С точки зрения когнитивного подхода язык рассматривается не как статичная система, а в динамике, в связи с многочисленными факторами, находящимися за пределами языковой действительности и влияющими как на создание и производство речевых актов, так и на их функционирование и восприятие.

Язык является поверхностной структурой, которая выражает концептуальные конструкции - знания, «модели мира», операции над которыми совершаются в когнитивной системе человека в процессе восприятия и порождения речи.

Коммуникация (и аргументация как частный случай коммуникации) заключается в построении в когнитивной системе адресата концептуальных конструкций, «моделей мира».

С помощью языка мы можем внедрять в когнитивную систему адресата концептуальные конструкции [Сергеев 1987: 7].

Таким образом, с точки зрения когнитивного подхода аргумент - это текст, который изменяет модель мира адресата.

В рамках когнитивного подхода, принятого в работе, аргументация рассматривается как средство создать или переструктурировать «мысленные пространства» адресата. Эти «мысленные пространства» обладают сложной многомерной структурой и включают весьма различные и внутренне неоднородные концепты, связанные запутанными отношениями. Некоторые части этих «пространств» более существенны, чем остальные. Видимо, автор аргументации пользуется той стратегией, которая приводит сначала к планированию того, каким концептам и их отношениям должен быть приписан больший вес при конкретных характеристиках контекста и адресата.

Аргументация (если понимать под аргументацией принятие выдвигаемых положений аудиторией) будет успешна, если общающиеся стороны в конкретном контексте обладают одним и тем же набором презумпций, который оказывает решающее влияние на формулировку высказываний, а тем самым и на их интерпретацию. Аргументация будет успешной, если аргументатор сумеет выбрать речевые средства и таким образом построить аргументацию, чтобы осуществить апелляцию к когнитивной базе адресата. Под когнитивной базой вслед за В.В.Красных мы понимаем определенным образом структурированную совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингво-культурного сообщества [Красных 2000]. Когнитивную базу можно понимать как набор различных концептов, которые могут быть конкретными и абстрактными.

Автор аналитической статьи закладывает в текст информацию, которая должна быть обработана мышлением. Адресат начинает систематизировать эту информацию, сравнивая ее с имеющимися у него знаниями и опытом. В процессе этой систематизации устанавливаются логические и ассоциативные связи с уже имеющимися представлениями о мире. Автор аргументации, используя логические и лингвистические средства, помогает установить эти связи. Причем у него есть возможность задать определенную перспективу. Логические связи устанавливаются при помощи логически правильных структур рассуждения. Ассоциативные связи устанавливаются при помощи апелляции к определенным концептам, которые относятся к «ценностям» дискурса. Причем стоит отметить, что для каждого дискурса можно выделить свои «ценности», которые могут не являться «ценностями» для другого типа дискурса. Для экономического дискурса, аргументация которого является объектом анализа настоящей статьи, «ценностями» являются следующие концепты: «товар», «деньги», «прибыль», «рынок», «инвестирование», «выгода», «успех», «сотрудничество», «лидерство».

Информация, заложенная в тезисе аргументации - это та информация, которая, по мнению автора, должна быть принята реципиентом аргументации. Если человек принимает тезис, то он оценивает его как имеющий определенную положительную ценность для него. И отвергает, если оценивает как имеющий отрицательную ценность. Автор же аргументации выбирает определенные лингвистические средства, с помощью которых доказывает ценность тезиса для реципиента.

В свете вышесказанного можно сказать, что эффективным средством убеждения является апелляция к положительным или отрицательным концептам дискурса.

Автор аргументации, в свою очередь, использует разнообразные лингвистические и оценочные средства, чтобы подвести реципиента к положительной или отрицательной оценке тезиса. Автор вербализует свои представления о действительности, выбирая лингвистические средства таким образом, чтобы задать определенный ракурс рассмотрения. Таким образом, у него имеется возможность заложить направление вектора рассмотрения в лингвистическую организацию аргументации.

Практическим материалом анализа аргументации послужили аналитические статьи, выполненные в жанре экономического комментария из британской газеты *The Financial Times*.

В статье «*Outsourcing the essentials is bad for your health*» [FT Jan.26 2005: 13] автор защищает точку зрения, что outsourcing (аутсорсинг) персонала по уборке помещений (cleaners) имеет негативные последствия и, в силу этого, неприемлем в сфере здравоохранения. Концепт аутсорсинга означает передачу стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса с целью повысить производительность труда (*to increase productivity*) и снизить себестоимость и расходы (*to reduce costs*). Практика аутсорсинга широко распространена и является обычной бизнес-практикой. Составляющими концепта outsourcing соответственно являются: повышение производительности труда и сокращение затрат, которые несомненно принадлежат к ценностям экономического дискурса, как и сам концепт outsourcing.

Уже в тезисе аргументации автор устанавливает ассоциативные связи по модели Т есть В, где Т - основной концепт тезиса, а В - отрицательный член бинарной оппозиции «хорошо - плохо»:

*T - Outsourcing the essentials is **bad** for your health.*

Через оценочное прилагательное **bad** в тезисе устанавливается более сложная ассоциативная связь концепта *outsourcing* с концептом *health*, который принадлежит к непреложным ценностям любого социума: наем сторонних уборщиков отрицательно отражается на самом важном, что есть у человека - здоровье.

Для доказательства тезиса автор приводит два аргумента, в которых указываются негативные последствия практики аутсорсинга в госпиталях.

Первый аргумент: *A1 - Contracting out **ruptured** the relationship between cleaners and patients.*

У обслуживающего персонала, работающего на постоянной основе, складывались до некоторой степени доверительные отношения с пациентами, что способствовало созданию благоприятного климата для лечения и выздоровления. Для персонала по найму пациенты больницы чужие люди, за которых они не чувствуют никакой за них ответственности. В результате между ними не устанавливаются не только доверительные, но и вообще какие-либо отношения.

В поддержку аргумента А1 приводится аргумент А1.1:

*A1.1 - Outsourced cleaning is a **grim** business.*

В поддержку которого выдвигается аргумент:

*A1.1.1 It is driving down «the morale of those providing the services as they battled against the expectations of both patients and ward staff who wanted more than it was sometimes possible to deliver».*

Аргумент А1.1 представляет собой оценочное высказывание, содержащее оценочное прилагательное абсолютной оценки *grim* (жестокый, грозный, беспощадный), которое автор использует для характеристики концепта «аутсорсинг». При помощи оценочного прилагательного *grim* для характеристики аутсорсинга, автор аргументации направляет вектор аргументации к отрицательному члену бинарной оппозиции «хорошо - плохо».

Аргумент А1.1.1 представляет собой аргумент к авторитету. Авторитетом в данном случае выступает правительственный документ (Revised Guidance on Contracting Cleaning), цитата из которого приводится в аргументе. Наем сторонников уборщиков отрицательно сказался и на их моральном настрое. Употребление лексемы *battled* призвано охарактеризовать сложившиеся отношения между пациентами и персоналом по уборке.

Второй аргумент в защиту главного тезиса:

*A2 - It (outsourcing) reduced cleanliness. UK hospitals have become **dangerous** places.*

Для обоснования аргумента А2 автор приводит фактологический аргумент:

*A 2.1 - The National Audit Office said that 9 per cent of hospital patients picked up an infection during their stay, which killed at least 5 000 of them annually.*

Аргумент представляет собой аргумент к статистическим данным и является достаточной защитой авторского аргумента А2. Цифра 5000 погибших в год в результате инфекции, полученной в больнице, соответствует оценочному прилагательному **dangerous**. Также автор приводит данные о пациентах, получивших в госпиталях определенный вид инфекции (MRSA), возбудители которой устойчивы к воздействию антибиотиков. Эта цифра составляет 40% от всех пациентов, получивших какую-либо инфекцию в госпитале. Этот показатель является самым высоким в Европе.

Любой языковой знак представляет концепт в языке, при этом он представляет концепт не полностью - он своим значением представляет несколько основных концептуальных признаков, релевантных для сообщения, передача которых является задачей говорящего, входит в его интенцию. Таким образом, используя соответствующие лексические единицы, автор имеет возможность заложить перспективу рассмотрения в лингвистическую организацию аргументации.

Адресат массовой коммуникации - это потенциально неопределенное множество лиц с разным индивидуальным опытом. Поэтому, осуществляя аргументацию, автор аналитической статьи апеллирует не к индивидуальным концептам, а к общим концептам из когнитивной базы.

Используется прием подачи информации по принципу «плюс - минус». В языковом отношении «плюс» предстает в семантическом окружении единиц с положительной оценкой, «минус» оценивается негативно.

#### *Список использованной литературы*

1. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. - М., 1989.
2. Красных В. В. Стрoение языкового сознания: фрейм-структуры // Когнитивная семантика: Материалы второй международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. - Тамбов, 2000. - Ч. I.
3. Сергеев В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы. - М., 1987. - С. 3-20.