

Так, например, эллипсис отличается чрезвычайно высокой частотностью в рекламной статье, где важно привлечение внимания к деталям описания и создание у читателя «эффекта присутствия», впечатления участия в описываемых событиях: *Fleeced, as the storm-tossed North Sea; Impossible, you say? Where to next?*

Относительно инициальных сочинительных союзов в традиционной грамматике дается рекомендация избегать их употребления, тогда как новые учебники и пособия рассматривают это явление как средство акцентирования мысли и усиления выразительности текста. Значимым представляется тот факт, что в рекламе предпочтение отдается союзу *and*, который позволяет выделить, подчеркнуть добавляемые детали описания товара, тогда как в религиозной статье более частотен *but*, помогающий автору противопоставить разные точки зрения, предоставить контраргументы и усилить таким образом собственную аргументацию: *Sure, money has its place. But as the wise man ... realized, those who love money will not be satisfied with it.* В отличие от авторов рекламных и религиозных статей, которые сознательно используют сочинительные союзы в начале предложения как средство маркирования информации, авторы писем в редакцию избегают их использования, что, по-видимому, вызвано желанием следовать грамматической традиции.

В свою очередь, инверсия и параллелизм специфичны для религиозных статей, где важна аргументация как на рациональном, так и на эмоциональном уровнях. Параллелизм реализует тактику повтора, тогда как инверсия реализует тактику апелляции к эмоциям, однако функции их сходны: они способствуют усилению аргументов, подчеркивая их содержание, и помогают противопоставить разные точки зрения.

4. Таким образом, эффект воздействия малоформатных текстов из печатных периодических изданий на читателя может быть усилен использованием экспрессивных языковых средств, позволяющих акцентировать содержание сообщения за счет привлечения внимания к языковой форме.

Результаты исследования, изложенные в данной публикации, могут оказаться полезными при анализе текстов других типов, функционирующих в сфере массовой коммуникации, а также при обучении построению малоформатных текстов, имеющих воздействующий характер.

## ОСОБЕННОСТИ КОНФРОНТАЦИОННОГО ДИСКУРСА

*Туркина О. А., Белорусский государственный университет*

Дискурс конфронтации (противостояния) подразумевает поляризацию взглядов, мнений, целей, картин мира адресанта и адресата и в силу этого данный тип дискурса обладает рядом характерных особенностей. Некоторые исследователи называют этот тип дискурса контрадикторным. Контрадикторный дискурс определяется как «такой вид языкового взаимодействия индивидов, в котором интенция адресанта вступает в конфликт с интенцией адресата». В основе этого типа дискурса лежит «конкуренция мнений, знаний, стремление партнеров утвердить свои знания и т. д.».

Глобальной целью в дискурсе конфронтации является сделать собеседника своим единомышленником. С точки зрения целесообразности вступления в конфронтацию, в большинстве случаев дискурс конфронтации ориентирован на разрешение спора. Наиболее эффективным способом убедить враждебно настроенного адресата является убедительная аргументация. Стороны доказывают свою правоту при помо-

щи аргументов, направленных на: 1) установление истины; 2) целесообразность принятия тезиса.

В результате воздействия на оппонента адресант может добиться следующего:

- 1) доказать истинность тезиса и убедить в своей правоте;
- 2) доказать, но не убедить;
- 3) пытаться доказать, но, осознав, что это невозможно, прервать аргументацию.

Для этого со стороны адресанта предполагается принятие эффективных мер, активных действий, направленных на устранение разногласий, урегулирование конфликта и достижение согласия с адресатом. От того, насколько верным является выбор используемых адресантом технологий в ведении дискурса конфронтации, настолько эффективным будет достижение поставленных целей. Характерным для дискурса конфронтации является то, что одни методы ведения конфронтации представляются приемлемыми для оппонента, а другие — нет. Если адресат не примет методы и технологии, используемые в ситуации конфликта адресантом, то это, в свою очередь, заставит адресата предпринять ряд контрмер. Это может напоминать замкнутый круг, когда противостоящие стороны провоцируют друг друга на принятие тех или иных мер, направленных на нейтрализацию действий друг друга. На каждом из последующих шагов эти меры становятся более жесткими, и в конечном итоге конфликтная ситуация может выйти из-под контроля оппонентов и привести к прямо противоположным результатам (бойкот, драка, война).

Модель противоречивого стратегического дискурса (дискурса конфронтации) представляет собой многоуровневую структуру, объединяющую все виды лингвистических и нелингвистических знаний. Прагматическая модель данного дискурса, в свою очередь, представлена двумя уровнями: верхним и нижним. Верхний уровень этой модели содержит обобщенное представление об определенном типе речевого взаимодействия, а нижний уровень включает в себя частные, конкретные ситуационные модели речевого взаимодействия (несогласие, неприятие, возражение, опровержение той или иной точки зрения, отказ выполнять инициируемое действие и т. д.).

Обратимся к структурно-композиционной модели дискурса конфронтации. Она включает три основные стадии: 1) стадия конфронтации; 2) стадия аргументации; 3) заключительная стадия.

Эти стадии не всегда явно выражены и не всегда следуют в одном и том же порядке. Заключительная стадия отсутствует, если адресат не желает дать ожидаемый ответ, когда у него присутствует желание задеть, обидеть собеседника.

Ядром дискурса конфронтации является *стадия конфронтации*. Это завязка, от которой во многом зависит дальнейшее взаимодействие участников коммуникации.

При столкновении мнений идет борьба за коммуникативную инициативу или коммуникативное лидерство. Адресант использует те или иные стратегии для достижения своих целей и намерений, что обусловлено знаниями правил ведения диалога. Адресат продуцирует контраргументы, т.е. высказанное адресатом сомнение стимулирует обоснование тезиса (инициального речевого хода).

За стадией конфронтации следует *стадия аргументации*. Под аргументацией понимают логико-коммуникативный процесс, служащий обоснованием определенной точки зрения с целью ее восприятия, понимания и/или принятия индивидуальным или групповым реципиентом». Согласно определению Ф. Х. ван Еемерена, «аргументация — это речевой акт, состоящий из ряда высказываний, которые предназначены для того, чтобы обосновать или опровергнуть выражаемое мнение, и направлены на то,

чтобы убедить рационального судью в правильности определенной точки зрения, приемлемости или неприемлемости этого выраженного мнения».

Таким образом, под аргументацией понимается речевая коммуникативная деятельность, которая включает в себя также и лингвистические компоненты, мировоззренческо-этические и психологические параметры. Аргументацию можно определить как человеческую деятельность в той или иной сфере, протекающую в конкретном социальном контексте и ставящую своей целью убеждение в приемлемости каких-либо положений.

Идеальная модель разрешения споров не носит законченного характера, а является промежуточным состоянием в непрерывном процессе интеллектуального развития. Для того чтобы решать споры способом, который приемлем с разумной точки зрения, обмен мнениями между собеседниками должен проходить в форме *дискуссии*, где участники дискуссии должны приводить утверждения, в которых утверждаемая точка зрения критикуется или защищается. Именно это Ф. Х. ван Еемерен называет *аргументативной дискуссией*.

В спорах и дискуссиях нет ничего опасного, скорее всего, они являются иллюстрацией того культурного разнообразия, которое существует в социуме. Но все же необходимо устранять расхождения во мнениях, даже если это означает возникновение новых разногласий. Для устранения этих разногласий необходимо максимально четко изложить свою точку зрения, т.е. грамотно вербализировать ее. В случае вербализации точки зрения расхождение во мнениях принимает различные формы, и каждый имеет возможность определить для себя, по поводу чего возникает разногласие.

## **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА «СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ»**

*Туровская И. С., Минский государственный лингвистический университет*

Предмет «Стратегии коммуникативного поведения» преподается на 4-м курсе факультета межкультурных коммуникаций МГЛУ в рамках подготовки специалистов по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации». Теоретической базой курса является современное понимание дискурса как интерактивного процесса и его результата, в основе которого лежат речевые действия, направленные на устранение непонимания, решения ряда коммуникативных задач и выбор адекватных средств убеждения.

Ключевым в преподавании данной дисциплины является не обучение иностранному языку как таковому, что широко практикуется в ходе преподавания большинства аспектов устной практики, а как средству осуществления профессиональной деятельности. Исходя из этого, в процессе обучения у студентов формируются знания стратегий и тактик коммуникативного поведения, основных типов дискурсивных практик, способов контактирования, типов обратной связи, характеристик целевых аудиторий, форматов внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации, основных принципов убеждающей и аргументативной коммуникации и принципов композиционного построения текста.

По окончании изучения данной дисциплины студенты должны демонстрировать такие умения как анализ речевого материала на предмет использования в нем коммуникативных стратегий и тактик, способы убеждения, воздействия и аргументирова-