

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛІЙСЬКОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ

Мойсеєнко С.М.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

This work focuses on the argumentative aspect of English computer discourse. To affect the recipient, sender uses linguistic arguments. The argument has its own methods to achieve goals – tactics. Each of the tactics is to use certain forms of reasoning, as well as certain rational and emotional arguments.

Keywords: pragmatics, argumentation, proof, suggestion, persuasion, communicative situation, speech.

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 – логіка, філософія, соціологія, психологія, 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.

Об'єктом нашого дослідження є саме англійський 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, і в даній роботі ми зосередимось саме на його аргументативному аспекті.

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.

В процесі аргументації мовець реалізує себе як мовну особистість, демонструючи свою екстралінгвістичну, лінгвістичну і комунікативну компетенції. Успіх промови мовця залежить, як мінімум, від запропонованої ним точки зору, установок по відношенню до адресату і до референтного об'єкту [2]. Ці установки характеризують ступінь довіри, симпатії до адресату, а завоювання вигідних позицій в цій області залежить від умінь та компетенцій адресанта 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 – 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 it 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.

Навіювання – 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.

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.

Отже, щоб вплинути на адресата, адресант використовує мовну 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.

Підсумовуючи, слід зазначити, що комп'ютерний дискурс має великий прагматичний потенціал. 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.

Література

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. Ивин А.А. Логика. Учебник для гуманитарных факультетов – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002 – 457с.