

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Коммуникативные признаки убеждающего высказывания**

**(на материале интернет-СМИ)**

основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика» («Юридическая лингвистика»)

Исполнитель:

обучающийся 2 курса

образовательной программы

«Юридическая лингвистика»

очной формы обучения

Овчинникова Валентина Ивановна

Научный руководитель:

к.ф.н., проф.

Садова Татьяна Семёновна

Научный консультант:

д.ф.н.

Кузнецов Сергей Александрович

Рецензент:

к.ф.н., преп.

Шаповалова Анна Евгеньевна

Санкт-Петербург

2018

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc514611637)

[Глава 1. Основные понятия, использованные в исследовании 6](#_Toc514611638)

1.1 Лингвистический взгляд на коммуникативное убеждение….........6

1.2 Взгляд на коммуникативное убеждение в научных исследованиях в сфере массовой коммуникации……………………………………….9

1.3 Типы речевой информации в коммуникации…………………….11

1.4 Функционально-смысловые типы речи…………………………..13

1.5 Аргументация………………………………………………………15

1.6 Виды речевых структур…………………………………………....18

1.7 Коммуникативные задачи высказываний………………………...26

1.8 Целевая направленность высказываний………………………….27

[Выводы 29](#_Toc514611639)

[Глава 2. Исследование 32](#_Toc514611640)

2.1 Описание источника эмпирического материала……………….32

2.2 Содержание исследования объекта (с конкретными примерами из комментариев журналистов "Новой газеты"…………………….33

2.2.1 Выделение типичных для комментария коммуникативных структур……………………………………………………………….33

2.2.2 Анализ коммуникативных высказываний по композиционной схеме рассуждения……………………………….37

2.2.3 Выявление задачей и целей коммуникативного высказывания…………………………………………………………41

2.3 Сопоставление текста комментария с текстом информационной заметки………………………………………………………………..46

[Выводы 48](#_Toc514611641)

[Результаты исследования 51](#_Toc514611642)

[Перечень использованных источников 54](#_Toc514611643)

# Введение

Юридическая лингвистика получила своё развитие в трёх направлениях относительно видов отношений между языком и правом. Одно из которых является язык как предмет правового исследования, т.е. спорный текст в судебной практике. Частыми прецедентами становятся тексты средств массовой информации, в ходе исследования над которыми, лингвист-эксперт может пользоваться коммуникативно-риторическим анализом текста.

Текст является коммуникативной единицей языка, в которой реализуются совокупность всех языковых функций. Каждое речевое действие имеет определённую цель, в соответствии с которой автор решает задачи по подбору языковых средств и способов их реализации. С этой точки зрения текст можно рассматривать как результат прагматической и риторической деятельности человека. Такой подход предполагает специальное исследование и описание языковых способов и речевых приёмов выражения мыслительного содержания, включающего в свой состав средства выражения и способы реализации прагматических целей высказывания, риторические приёмы оформления этого текста.

**Актуальность** выпускной квалификационной работы обусловлена необходимостью разработки научно обоснованной методики исследования речевой деятельности, которая, опираясь на формальную структуру высказывания, позволяет делать выводы о содержании каждого конкретного высказывания, а также задачах и целях, реализованных в тексте.

**Гипотеза** исследования заключается в том, что авторы (журналисты, корреспонденты, репортёры и т. д.) изначально формируют тексты в соответствии со своими личными убеждениями или убеждениями изданий, для которых они готовят публикации, не только с целью информирования читателя, но также и с целью убеждающего (агитационного) воздействия на него.

**Объектом** исследования являются речевые действия в диапазоне от предложения до полного текста. Рассматриваются особенности речевых структур убеждающих высказываний, их коммуникативно-риторическая структура, коммуникативные задачи и целевая направленность.

В качестве **предмета** исследования рассматриваются принципы связности речевых структур в убеждающих высказываниях в выбранных текстах-комментариях в сетевом издании.

**Цель** работы заключается в исследовании коммуникативных признаков убеждающего высказывания для дальнейшего практического применения в проведении лингвистических экспертиз.

Для осуществления поставленной цели предполагается реализовать следующие з**адачи:**

* изучить научные взгляды по теме исследования и сформировать теоретическую базу, охватывающую разные научные мнения;
* путём целенаправленной выборки составить эмпирическую базу исследования;
* выбрать оптимальные методы исследования;
* произвести коммуникативно-риторический анализ выбранных текстов, обозначить убеждающие высказывания в этих текстах;
* выделить признаки, которые связывают и обуславливают риторические структуры;
* обосновать практическую значимость проделанного исследования.

**Теоретической базой** исследования послужили труды лингвистов, филологов, психолингвистов, психологов, социологов и др. Основу исследования составляют работы Кузнецова С. А., Москвина В. П., Голоднова А. В., Горбаневского М. В. и др.

В качестве **материала исследования** были выбраны 20 комментариев (журналистский жанр) сетевого издания «Новая газета». Тематики комментариев: политика и экономика. Примерное количество знаков без пробелов в каждом комментарии: 4 000 – 7 000 (3-4 страницы).

**Методы исследования** основаны нафункционально-целевом (т.е. интенциональном) анализе содержания текстов, содержащих убеждающие высказывания, на структурной и логико-понятийной целостность коммуникативных действий автора, которые обеспечиваются общностью семантических свойств темы и объекта высказывания, взаимосвязью задач и целей высказывания.

**Новизна** работы состоит в том, что в ней выделены и разработаны понятийно-риторические признаки убеждающего высказывания, определена специфика его воздействия на аудиторию.

# Глава 1. Основные понятия, использованные в исследовании

1. **1 Лингвистический взгляд на коммуникативное убеждение (с учётом опыта исследований в области лингвистической экспертизы юридически значимого текста)**

Убеждающая речь – это такая речь, в ходе которой аудитория сталкивается с новой идеей, несовместимой с устойчивыми представлениями, и неизбежно осуждает её. (Буваева Б. В., с. 34, 2015).

Текст, содержащий приёмы убеждающего воздействия, — это текст, в структуре которого использованы не только рациональные, но также ценностные (праксиологические, этические доводы) и экспрессивные элементы аргументации (аксиологические, оценочные суждения). Голоднов А. В. вводит термин «риторический метадискурс». В работе 2010 года Голоднов А. В. использует термин «риторическая (персуазивная) ситуация с тем же значением. Под этими терминами он подразумевает совокупность текстов разных коммуникативных сфер (политической, научной, юридической, рекламной, публицистической, религиозной), объединённых установкой на персуазивное (риторическое) воздействие с целью добиться от реципиента принятия самостоятельного решения о необходимости, желательности либо возможности совершения/ отказа от совершения определенного посткоммуникативного действия в интересах адресанта. (Кузнецов С. А., с. 105-106, 2014; Голоднов А. В, с. 7-18, 2008; с. 110, 2010).

Убедить реципиента, т. е. оказать воздействие на его систему убеждений, возможно благодаря одному из признанных наиболее эффективными способов организации дискурса – аргументации - убедительно изложить определённые точки зрения, в обосновании своей позиции по некоторой проблеме. При этом адресанту необходимо учитывать параметры коммуникативной ситуации. Цель такой аргументации заключается в том, чтобы добиться морально и эмоционального согласия (аргументы, являющиеся принадлежностью логики, и диалектические обоснования без опоры на рациональность и доказательность посылки; рациональные убеждения и эмоциональное «обольщение») аудитории с выдвигаемыми утверждениями, решениями, повлиять на выводы слушателей доводами, которыми подкреплена, подтверждена, так или иначе обоснована излагаемая позиция. По мнению Буваевой Б. В. аргументы в убеждающей речи направлены на возбуждение эмоций у реципиента и строятся на авторском понимании психологии реципиента. Доминирование эмоциональной аргументации увеличивает степень нестандартности и экспрессивности общения. (Куликова О. В., с. 200-202, 2010; Кузнецов С. А., с. 105-106, 2014; Голоднов А. В., с. 184, 2011; Буваева Б. В., с. 32, 2015).

Высказывание – речевая единица, передающая относительно законченный фрагмент информации, сведений. Высказывание с самого начала строится с учётом возможного ответа – высказывание строится для другого. Мысль становится действительной мыслью лишь в процессе её сообщения другому, сознание становится практическим сознанием для другого. (Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 136, 2010; Бахтин М. М., электронный ресурс).

Два момента определяют текст как высказывание: его замысел (интенция) и осуществление этого замысла. Коммуникативный процесс убеждения можно считать состоявшимся только в том случае, если авторское мнение получило в тексте содержательное обоснование, реализованное в виде целостной риторической конструкции. Именно это является решающим коммуникативным условием побуждения аудитории к присоединению к мнению автора. Конечная цель таких рассуждений состоит в том, чтобы согласие слушателей с высказанной точкой зрения превратить в принятие решения, в готовность действовать в соответствии с новыми знанием или предлагаемыми выводами. Матвеев А. С. отмечает, что при рациональном убеждении влияние главным образом связано с тем, что согласие, принятое в результате авторского воздействия, всегда является осознанным, добровольным и обоснованным. (Бахтин М. М., интернет-ресурс, 1986; Кузнецов С. А., с. 106, 2014; Матвеев А. С., с. 251, 2013).

Структурная и логико-понятийная целостность убеждающего высказывания определяется риторической целостностью коммуникативных действий автора и обеспечивается общностью семантических свойств темы и объекта высказывания, взаимосвязью задач и целей высказывания. Автором используется широкий диапазон персуазивных средств: репрезентация собственного мнения по проблеме, оценка или суждение по теме, усиление аргументов, демонстрация проблемы в положительном или отрицательном свете, указание на вероятность, уверенность или обязательство, стимуляция эмоций аудитории, прямой призыв к действию. (Кузнецов С. А., с. 106, 2014; Правикова Л. В., с. 360, 2018).

Тему убеждающего высказывания как целостного речевого действия составляет определённая проблемная ситуация, некое противоречие в общественном сознании, которое снимается через обсуждение содержания и взаимосвязей духовно-нравственных, этических ценностей, фиксирующих нормы поведения людей в обществе, утверждающих социальные идеалы и защищающих человеческое достоинство. Исходные суждения и обосновывающие доводы такого высказывания связаны общей мыслью, которая отражает существо поднимаемой проблемы. Тема высказывания и исходное суждение соотносятся друг с другом как общее и частное. Содержание исходного суждения обычно связано с определённым понятийно-риторическим отношением (противоположности или соположенности) с каким-либо укоренённом в общественном сознании морально-нравственным или идеологическим императивом. (Кузнецов С. А., с. 106, 2014).

Аргументы, которые используются в качестве обоснования авторского мнения, могут быть рациональными (фактологическими), этическими (ценностными) и эмоциональными (оценочными). Однако Буваева Б. В. придаёт особое значение использованию аргументов, воздействующих на чувства, эмоции, переживания, т. к., по её мнению, в этом случае убеждающая речь достигает желаемого результата. (Кузнецов С. А., с.108, 2014; Буваева Б. В., с. 33, 2015).

В текстах публицистических жанров высказывания с качественно-характеризующим и экспрессивно-оценочным компонентами содержания целенаправленно используются для убеждающего воздействия на аудиторию. Качественные, экспрессивные оценки используются авторами как действенные приёмы усиления, укрепления или изменения взглядов аудитории. (Кузнецов С. А., с. 133, 2014).

**1.2 Взгляд на коммуникативное** убеждение в научных исследованиях в сфере массовой информации (м**ассовой коммуникации)**

Характерной чертой газетно-публицистического стиля является тенденция к стандарту и экспрессивности, что обусловлено двумя функциями публицистики: информативной и воздействующей. В процессе функционирования СМИ осуществляется двусторонняя связь между коммуникатором и реципиентом – реализуется коммуникация – своеобразное общение с помощью массовых форм связи. (Иванов П. А., с. 160-164, 2012; Челкасов А. В., с. 167, 2010).

Коммуникация – деятельность, имеющая цель (необязательно осознанную), предполагающая одного или более участников и заключающаяся в посылке и получении разного рода сообщений, которые используют различные каналы, могут искажаться под воздействием «шума», существуют в некотором контексте, оказывают определённый эффект на адресата и оставляют возможность для обратной связи. (Матвеева Л. В., с. 212, 2000).

Разнообразие видов коммуникации содержит в себе Интернет – многогранное СМИ. В Интернете представлены практически все социальные и возрастные группы населения, здесь нашли воплощение в той или иной форме большинство видов деятельности общества (политическая, коммерческая, образовательная, культурная и т. д.). Средства массовой информации занимают значительное место в жизни отдельного человека и общества в целом. Сетевая среда влияет на личность и нравственность людей. Социально-психологические характеристики представленных в ней групп, порождает соответствующую мотивацию поведения (в том числе противоправную). (Богданова А. А., с. 104, 107, 109, 2017).

Любое воздействие, имеющее своей целью изменение поведения объекта в нужном для субъекта направлении, даже если оно совершается во благо объекту, но без его согласия, выступает как манипулятивное. Главная его особенность в том, что оно осуществляется исключительно в интересах субъекта, для реализации которых могут быть применимы различные методы, в том числе и психологического воздействия на объект с целью подчинения его поведения поставленным субъектом целям. (Науменко Т. В., с. 104, 2004).

Исследователи воздействия в области массовой информации обращают внимание и на психологический аспект. Мельник Г. С. имеет комплексный взгляд на убеждающее воздействие. Она полагает, что соединение рационального, эмоционального, логического и психологического начала является закономерностью убеждающего воздействия. При исключении хотя бы одного элемента, деформируется весь процесс убеждения. (Мельник Г. С., с. 71, 1997).

Форина А. Я. называет «убеждение» логической схемой доказательства. Эта схема основывается на интерпретации трёх основных категорий аргументов. Именно на них строится грамотная система психологического убеждающего высказывания:

* «основательные» неопровержимые факты, которые либо подводят объект воздействия к оценке излагаемого вывода, либо позволяют сделать такой вывод самостоятельно;
* аргументы, содержащие «позитивную» апелляцию к психологическому удовлетворению, которое даёт принятие предлагаемой информации;
* аргументы, а которых заключается «негативная» апелляция, привлекающая внимание последствиями, которые могу возникнуть в результате не принятия данной информации. (Форина А. Я., с. 250-251, 2010).

1. 3 Типы речевой информации в коммуникации

Речевая информация – это сведения, суждения, утверждения, умозаключения, волеизъявления, содержащиеся в тексте, которые характеризуют какой-либо объект мысли (предмет, личность, событие, ситуацию, состояние дел и т. п.). Кузнецов С. А. выделяет и описывает следующие типы информации:

* констатирующая – содержащая сведения о конкретных ситуациях, о реальных происшествиях или событиях, о поступках или поведении физического лица и т. п. Этот тип языковой информации реализует номинативную, информативную функции речевого действия, позволяющую сообщить читателю (слушателю) о количественных и качественных характеристиках предметного мира;
* убеждающая – содержащая аргументы в поддержку какого-либо мнения, суждения о личных качествах людей, оценочные характеристики ситуаций или событий, которые в общественном сознании описываются как хорошие/ плохие, правильные/ неправильные, вредные/полезные и т. д. Этот тип языковой информации реализует экспрессивную, оценочную функцию речевого действия, позволяющую выразить эмоциональное состояние пишущего (говорящего), его субъективное отношение к обозначенным предметам и явлениям действительности;
* директивная – выражающая речевые действия, направленные на управление целенаправленным поведением, сознательными действиями людей, побуждение их к действию. Это тип языковой информации реализует волитивную функцию речевого действия, позволяющую выразить различные оттенки проявления воли, требований. Желаний говорящего. (Кузнецов С. А., с. 110 - 111, 2014).

Москвин В. П. рассматривает типы речи относительно коммуникативной цели следующим образом:

* микроцели, или коммуникативные намерения, реализуемые в отдельном речевом высказывании, целью которого является констатация факта, предупреждения, просьбы, вопроса, приказа и др;
* макроцель – общая стратегическая цель коммуникации: а) убедить, б) проинформировать, развить навыки в определённой сфере деятельности; в) оценить, а значит хвалить или критиковать; г) установить и поддержать контакт. План достижения коммуникативной макроцели лингвист называет стратегией, конкретные вербальные, невербальные, психологические, антуражные, поведенческие и иные приёмы, составляющие пункты этого плана – тактики. (Москвин В. П., с. 103-104, 2012).

Представители Гильдии лингвистов-экспертов по документальным и информационным спорам (РОО ГЛЭДИС) дают термину «информация» (сведения) следующее определение: совокупность языковых высказываний о мире, о событиях и о положении дел, об отношении отправителя информации к этим событиям. Их классификация информации местами совпадает с той, что приводит кузнецов С. А, но с некоторыми дополнениями. По их мнению, информация может быть:

* фактической – о конкретных ситуациях, происшествиях или событиях, о поступках или поведении физического лица, о деятельности лица юридического;
* обобщающей – о типичных событиях, о типичном поведении человека, типичных представителей каких-либо групп, о житейских обычаях и т. п.;
* этически оценочной – о качествах и поступках людей, о ситуациях или событиях, которые в какой-либо картине мира, в какой-либо ценностной системе описываются как хорошие ли плохие;
* концептуальной – теоретико-аналитическая информация о природных или социальных закономерностях;
* директивной – организующей поведение людей. Директивная информация может выражаться в различных формах, например, просьба, требование, информация об обязанностях. (Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 137, 2010).

1. 4 Функционально-смысловые типы речи

Лингвистами выделяются три функционально-смысловых типа речи: описание, повествование и рассуждение.

Описание **–** функционально-смысловой тип речи,представляющий собой модель монологического сообщения в виде перечисления одновременных и постоянных признаков предмета в широком понимании и имеющий для этого определённую языковую структуру. В функциональном и смысловом отношении «описание» сводится к ответам на вопрос «какой объект обсуждается?», «какие стороны объекта обсуждаются?». (Жерноклетова Т. Е., с. 146, 2014)

В тексте описания содержится фактическая констатирующая характеристика сосуществующих объектов, свойств предметов, наличных явлений и ситуаций. Этот тип речи используется для статистического изображения действительности, для констатации состояния действительности, местности, интерьера, важных черт личности, характера или внешности человека. В «описании» используются по преимуществую логические и аналитические средства языка, обращённые к разуму. Композиционная схема описания выглядит следующим образом:

* указание на объект описания (тема описания);
* выделяемые денотативные признаки объекта описания;
* характеристика свойств, оценка качеств объекта описания. (Кузнецов С. А., с. 112, 2014).

Повествование – тип речи со значением сообщения о развивающихся действиях или состояниях предмета. «Повествоание» отражает действительность в динамике, характеризует объекты, события во временной последовательности и развитии. В основе «повествования» лежат ответы на вопросы: «что происходит или произошло с объектом повествования?», «какие события повлияли на объект повествования?». (Жерноклетова Т. Е., с. 146, 2014; Кузнецов С. А., с. 112, 2014).

Выделяеются следующие этапы в композитной схеме «повествования»:

* начало события, в которое вовлечён объект информации, завязка;
* развитие события;
* кульминация события;
* конец события, развязка.

Рассуждение как функционально-смысловой тип речи является монологическим сообщением с причинно-следственным значением, отражающимся на умозаключении. Рассуждение можно отнести к текстам аргументирующего типа. В них информация передаётся в виде определения понятия, объяснения, доказательства и т. д. «Рассуждение» опирается на вопросы: «почему выбран данный объект рассуждения», «почему данный объект таков?», почему нечто произошло/ происходит с объектом рассуждения?», «каковы причины изучаемого объекта, явления (события, действия)?», «каковы следствия из данного явления?», «что значит для нас изучаемый объект, изучаемое явление (событие, действие)?». (Жерноклетова Т. Е., с. 146, 2014; Кузнецов С. А., с. 112, 2014)

Рассуждение как аргументирующий тип речи всегда будет построено по законам трёхчастной композиции:

* тезис, т.е. обоснование высказанной главной мысли текста, выраженной словами, которую надо логически доказать, обосновать или опровергнуть;
* аргументы, доказательства, подтверждённые примерами;
* вывод или заключение.

Первая и третья части такого текста могут быть факультативными, вторая – аргументы – обязательна. В рассуждении тезис может быть представлен в форме вопросов или гипотез, а аргументы – в форме ответов, включающих анализ предметов, ссылки на авторитетное мнение специалистов и т. д. (Булавина М. А., с. 61-62, 2008; Стернин И. А., с. 151, 2006; Кузнецов С. А., с. 112, 2014).

1. 5 Аргументация

В рамках настоящего исследования не представляется возможным отразить все возможные типы аргументации, в тексте представлены взгляды специалистов в области практической риторики и отражён общий взгляд на аргументацию в условиях XXI века.

У адресанта при построении аргументации есть целевая установка, которая состоит в изменении представлений адресата о том или ином факте или событии, вопросе или проблеме. Качесова И. Ю. отмечает это свойство - «способность корректировать картину мира» - как доминирующее в аргументативном дискурсе. Содержание изобретается, располагается и выражается таким образом, чтобы у аудитории создалось соответствующее замыслу адресанта представление о действительности. (Пригарина Н. К., с. 118, 2015; Качесова И. Ю., с. 37, 2009).

Аргументация – логико-коммуникативный процесс, служащий обоснованию определённой точки зрения с целью её восприятия, понимания и (или) принятия индивидуальным или коллективным реципиентом. (Кардович И. К., с. 307, 2015).

Стернин И. А. под аргументацией понимает процесс приведения доказательств, объяснений, примеров для обоснования какой-либо мысли перед слушателем или собеседником.

В ходе аргументации дискурс выстраивается в аргументативную модель, которая, по мнению Качесовой И. Ю., имеет как минимум двухуровневую структуру. Первый уровень структуры когнитивной модели связан с трансформацией информации, участвующей в порождении дискурса, в несколько этапов. На первом этапе ритор создает некоторый образ текста. Это этап появления аргументативного намерения, появление которого связано с выдвижением в семантической структуре дискурса модальностей «я хочу, мне необходимо, я должен говорить то-то». На втором этапе аргументативное намерение корректируется: в картину оппонента вводятся компоненты, влияющие на результат его деятельности. В результате, на третьем этапе трансформаций формируется модальность «я должен, я уверен» - аргументативное намерение преобразуется в аргументативную уверенность. Второй уровень структуры когнитивной модели аргументации состоит в поиске модели деятельности субъектов аргументации. Поиск заключается в формировании аргументатором парадигмы разных способов решения спорного положения и предложения данной парадигмы аудитории. Этот выбор конкретного способа решения чётко запрограммирован самим аргументатором, возможность свободного выбора у аудитории сведена к минимуму: возникает иллюзия свободы в принятии решения. (Качесова И. Ю., 64-76 с, 2008; 37-43 с., 2009; электронный ресурс).

Аргументы делятся на два типа:

* аргументы «за» (за свой тезис) должны быть правдивыми (опираться на авторитетные источники); доступными, понятными и простыми; максимально близкими установившимся в аудитории мнениями; отражающими объективную реальность, соответствующими здравому смыслу.
* аргументы «против» (против чужого тезиса) должны убедить аудиторию в том, что аргументы, приводимые в поддержку критикуемого тезиса, слабые и не выдерживают критики. (Стернин И. А., с. 151-152, 2006).

В большинстве случаев сильными являются следующие типы аргументов: научные аксиомы, положение законов и официальных документов; законы природы, выводы, подтверждённые экспериментально; заключение экспертов; ссылки на признанные авторитеты; цитаты из авторитетных источников; показания очевидцев; статистические данные. (Стернин И. А., с. 152, 2006).

По способу аргументации различают:

* исходящую и восходящую аргументации.

Нисходящая аргументация заключается в том, что в начале оратор приводит наиболее сильные аргументы, затем менее сильные, а завершает эмоциональной просьбой, побуждением или выводом;

Восходящая аргументация предполагает, что аргументация и накал чувств усиливаются к концу высказывания.

* одностороннюю и двустороннюю аргументацию.

Односторонняя аргументация оратором своей позиции предполагает, что излагаются только аргументы «за», либо излагаются только аргументы «против». При двусторонней аргументации, излагая противоположные точки зрения, реципиентам дают возможность сопоставить, выбрать одну из нескольких точек зрения.

* Дедуктивная – от вывода к аргументам (сначала приводится тезис, а потом поясняется аргументами), индуктивная – от аргументов к выводу (сначала аргументы, а потом вывод). (Стернин И. А., с. 153-154, 2006).

Аргументация выступает универсальным средством убеждения, как основного способа воздействия, является каркасом процесса конструирования и передачи знаний как ментальных репрезентаций ситуаций, событий и т. д. реального мира, служит универсальной процедурой коммуникативно-прагматического обоснования определённого фрагмента знания с целью его передачи в ходе дискурсивной деятельности. Аргументами становятся доказательства, которые приводятся в поддержку тезиса: факты, примеры, утверждения, объяснения, - всё, что может подтвердить тезис. (Стернин И. А., с. 153-154, 2006; Кардович И. К., с. 307, 2015).

1. 6 Виды речевых структур

Высказывание (композитное высказывание) при функционально-прагматическом подходе к анализу связного текста понимается как метасинтаксическая структура, образуемая совокупностью суждений, характеризующий главный риторический объект или тему. Композитное высказывание - это целостная риторическая конструкция. В основе её связности лежит коммуникативная преемственность предложений, т. е. такая текстовая последовательность, в которой каждое предложение строится с учётом предыдущего, характеризуя один и тот же риторический объект. Функция высказывания состоит в том, чтобы организовать единое понятийное пространство характеристик главного риторического объекта, связанных между собой отношениями обусловленности. (Кузнецов С. А., с. 111-112, 2014).

Контакт языка с действительностью, который происходит в высказывании, порождает экспрессию: её нет ни в системе языка, ни в объективной, вне нас существующей реальности. Эмоции, оценки, экспрессии не свойственны слову языка и рождаются только в процессе его живого употребления в конкретном высказывании. (Бахтин М. М., интернет-ресурс).

Текст аргументации обладает полиструктурным характером: каждая из его структур несёт особую информацию. В формировании содержания текста принимают участие единицы всех уровней языка. Понять высказывание – значит верно интерпретировать речевую связь языковых знаков с признаками мыслительного содержания соответствующих понятий. Для этого читатель (слушатель), руководствуясь грамматическими связями слов (морфосинтаксической когезией словоформ), восстанавливает семантическую соотнесённость слов и словосочетаний. Интерпретации подвергается акт коммуникации и сообщаемая информация. Это позволяет выделить в мыслительном содержании высказывания комбинации четырёх типов базовых структур: факт, мнение, оценка, волеизъявление. (Куликова О. В., с. 207, 2010; Кузнецов С. А., с. 112 – 113, 2014).

Авторское понимание действительности фиксируется в содержании высказывания. Объективная реальность, отражённая в языковых формах, приобретает субъективизм. Организуя структуру аргументативного дискурса, автор предоставляет конкретную информацию по какой-либо проблеме, выражает свою позицию к обсуждаемому предмету, приводит серию тематически релевантных доводов (факты, цифры, утверждения и пр.) и выводы, напрямую связанные с предметом рассмотрения. Таким образом отражается не только реальность, но и авторское восприятие, авторская характеристика выделяемого фрагмента действительности. (Куликова О. В., с. 207, 2010; Кузнецов С. А., с. 114, 2014).

В аспекте прагматических функций высказывания содержащаяся в сообщении информация может быть сведена к четырём видам речевых структур, отражающих особенности восприятия действительности автором текста. Они основаны всего на двух характерных способностях человеческого сознания: способность сознания быть направленным и постигать какой-либо реальный объект вне себя (интенциональность мышления) и способность сознания постигать самого себя и внутреннее состояние, чувства, эмоции (рефлексивность мышления). (Кузнецов С. А., с.127, 2014).

**Факт** – реально свершившиеся или закономерно повторяющиеся события, познанные характеристики объектов, обладающие свойствами материальности, отношения и зависимости объектов, существующих в природе (Кузнецов С. А., с. 127, 2014); истинное событие, действительное происшествие или явление, существовавшее или существующее на самом деле (Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 146, 2010).

*«В КНДР сегодня произошла сенсация…»*

*«…в январе прошлого года власти подкинули пенсионера [*единовременную выплату*]…»*

Различают **два типа фактов**. В первом случае фактом считает любое информационное сообщение, появившееся в широком доступе. Сам текст в таком случае рассматривается как объективная, информативно значимая данность, существующая в реальном мире в качестве публичного элемента объективной действительности. Информационное действие квалифицируется как законченное, когда был совершён акт коммуникации, т.е. состоялось распространение каких-либо сведений – высказываний, лозунгов или изображений (опубликован текст, информация выложена в интернет, состоялось публичное выступление, выпущены в радио-, телеэфир информационные сюжеты). К информативно значимым данным относятся: обнародованные фактические данные, положительные или отрицательные оценки чего-либо, мнения, волеизъявления и т. п. – все выраженные и обнародованные мнения автора. (Кузнецов С. А., с.110, 120, 2014).

Второй тип фактов относится к функционально-понятийной стороне речевого действия. В этом случае набор и структура использованных языковых средств решают коммуникативные задачи, которые определяют целевую направленность текста – о чём говорится в тексте. (Кузнецов С. А., с.121, 2014).

Для лингвистических экспертиз факты – это констатирующие утверждения о связи объектов и явлений действительности, сообщения о данных опыта, практики, участниками которых являются одушевлённые и неодушевлённые объекты, сведения о количественных, а также интенсивностных характеристиках объектов, воспринимаемых органами чувств, или их пространственно-временных свойств. (Кузнецов С. А., с. 127, 2014).

Речевое действие-факт – утверждение об истинности или ложности изменений и зависимостей объектов, существующих в физической реальности, связей их предметных характеристик и физических признаков. Они могут быть подтверждены чувственным, эмпирическим опытом восприятия проявляемых признаков предметно-вещественных объектов. Как дополняет Голоднов А. В. факты используются в качестве аргументов, которые содержат ссылки на научные и документальные факты. К научным он относит научные эмпирические сведения, законы и принципы. (*«Трудовым кодексом гарантирована только тарифная часть…»*, *«Конечно, хлор — устаревшее отравляющее вещество, и он эффективен только при сравнительно высокой концентрации*»*).* К документальным – сведения, полученные в ходе обыденного наблюдения. (*«Кстати, похожие обещания в прошлые годы давал его отец…», «депутаты Государственной думы в очередной раз озаботились состоянием отечественной журналистики»*).Фактическая аргументация отвечает критерию истинности или ложности и нацелены на рациональную убеждение реципиента. (Кузнецов С. А., с. 128, 2014; Голоднов А. В., с. 111, 2010).

Американские учёные Аронсон Э. и Праткинс Э. Р. в убеждающих текстах определяют **фактоид** как утверждение факта, не подкреплённого доказательствами, обычно потому что факт ложный или потому что доказательство в поддержку данного утверждения нельзя получить. Фактоиды преподносятся таким образом, что к ним повсеместно начинают относиться как к истине (молва, сплетни, городские легенды). В средствах массовой коммуникации – клевета, злословие, инсинуации, распространение циркулирующих в настоящее время слухов, сплетен и молвы в качестве новостей. Существует специальный термин для злостных нападок и необоснованных слухов, распространяемых в интернете – флэйминг (flaming).

*«Например, в одном из академических институтов Москвы сотрудникам сначала выплатили зарплаты за 2-3 месяца, а потом практических всех перевели на полставки»*

«Деньги есть, но вы – держитесь» (13.03.2018)

*«…тем более, что инструкторы, как правило, служат в статусе военных советников?»*

«Прощание в режиме секретности» (10.03.2018)

Для убедительности фактоида существует три причины:

* попытки проверить истинность фактоида немногочисленны – проверить такую информацию достаточно сложно;
* фактоиды удовлетворяют психологические потребности человека;
* фактоиды функционирую как форма предубеждения, создают социальную реальность, служат фрагментами и частями построения картины мира. Они направляют внимание реципиента и подсказывают, как следует интерпретировать окружающий мир. (Аронсон Э., Праткинс Э. Р., с. 120-121, 128-129, 2002).

**Мнение** – это этические суждения о качественных сторонах отношений, событий, действий, характеризующие сведения, выражающие личное отношение человека к качественным связям объектов (явлений, событий и т. п.), основанное на интуитивном восприятии, ощущении, субъективном представлении о значимости (важности, целесообразности, эффективности, полезности, моральности, нормативности, нравственности, достоверности) и соответственно о степени влияния объекта суждения на социально-политические, экономические, культурные, интеллектуально-ментальные процессы. (Кузнецов С. А., с. 128-129, 2014).

Мнение может выражаться:

* в форме предположения

*«Думаю, 17 марта вечером работники получат последние переводы»*

«Деньги есть, но вы – держитесь» (13.03.2018)

*«Можно предположить, что все эти меры предосторожности были предприняты, чтобы не допустить случайной утечки информации от пришедших на похороны офицеров…»*

«Прощание в режиме секретности» (10.03.2018)

* в форме утверждения

*«Ясно, что именно Вашингтон вынудил Китай включиться в политику жестоких экономических санкций…»*

«Ким Чен Ын переходит границы. Наконец-то» (29.04.2018)

*«… поиск заказчика убийства Немцова не имеет перспектив без прояснения нескольких ключевых моментов, сам список которых делает очевидным то, что дальнейшее расследование в нынешней политической ситуации вряд ли возможно»*

«Следственный тупик» (27.02.2018)

.

Мнение в форме предположения распознаётся по наличию маркеров – определённых слов и конструкций (например: *по моему мнению, мне кажется, я думаю; надо полагать, что;* грамматические формы будущего времени и др.).Мнение не подлежит проверке на истинность или ложность, но может опираться на факты и содержать оценку фактов и их комментарии. Предположение может вводиться косвенно, без специальных лексических показателей. Исчерпывающее перечисление таких способов в лингвистической литературе отсутствует, но примером могут послужить риторические вопросы, которые представляют собой утверждения, выражение предположения, мнения и пр. (Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 140, 2010; Баранов А. Н., с. 35, 2013).

Мнение в форме утверждения маркеров не содержит и в некоторых случаях может быть проверено на соответствие действительности. (Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 140, 2010).

**Оценка** как тип речевого действия воспроизводит экспрессивно прагматический, аксиологический тип восприятия и преобразования имеющейся информации. Оценочные речевые действия выражают личное отношение говорящего к объекту, сформированное как обобщение проявляемых качеств предмета речи. Оценка может характеризоваться как справедливая или несправедливая, как обоснованная или нет, но не может характеризоваться в целом как соответствующая или несоответствующая действительности. Если некоторая информация выражена с помощью оценочных слов, она должна анализироваться с разложением на фактический компонент, подлежащий верификации, и оценочный компонент, верификации не подлежащий, но характеризуемый по параметру стилистической нормативности. Ссылки на оценку и нормы (идеологические, политические, правовые, культурные, религиозные, утилитарные, морально-этические, гедонистические и альтруистические) используются в ценностной аргументации. Ценностная аргументация нацелена на эмоциональное «увещевание», «обольщение» реципиента. (Кузнецов С. А., с. 129, 2014; Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 142, 2010; Голоднов А. В., с. 111, 2010).

*«За его [*информационного пузыря*] пределами стройность конструкции нарушается маленьким, но важным нюансом: борьба с Telegram сильно напоминает фарс»*

«Карнавал Дурова» (21.04.2018)

*«Но это не меняет того факта, что в марше участвовали представители праворадикальных, националистических сил, и что многие их лозунги, баннеры и растяжки, в том числе и отраженные в статье нашего автора, носили экстремистский, ксенофобский и временами откровенно расистский характер»*

«Судите сами» (5.02.2018)

**Волеизъявление** – речевое действие, воспроизводящее регулятивно-качественный деонтический тип организации информации. Целью такого речевого действия является агитационное управление волевыми, осознанными действиями адресата для побуждения его к активной деятельности и достижению целей, устанавливаемых говорящим. К данному типу речевых действий относятся приказы, указания, постановления, инструкции, наставления, советы, призывы лозунги, обещания, угрозы, клятвы, требования, вопросы, пожелания. (Кузнецов С. А., с. 130, 2014)

*«Ну и наконец, ФСО должна либо доказать, что установленные в районе Кремля камеры видеонаблюдения не захватывают Большой Москворецкий мост, либо все-таки предоставить видеозаписи»*

«Следственный тупик» (27.02.2018)

*«Ни Федорову, ни его коллегам не стоит утруждать себя выработкой каких бы то ни было «кодексов» профессиональной этики в какой бы то ни было сфере человеческой деятельности, за единственным исключением»*

«Прессу – под пресс» (29.03.2018)

Определение типа речевого действия по его структурно-информационным признакам позволяет на этапе синтеза полного высказывания вскрывать и обосновывать реализацию коммуникативного задания, состоящего из двух взаимосвязанных частей: задач и целей выделяемого фрагмента текста. (Кузнецов С. А., с. 130, 2014).

В рамках контекста коммуникативного взаимодействия происходит реализация совместной интеллектуальной деятельности участников общения, в ходе которой они решают разнообразные коммуникативные задачи, включая осуществление влияния и убеждения. Принятие автором текста решения о выборе оптимального способа оказания воздействия на реципиента является одним из компонентов совместной интеллектуальной деятельности участников коммуникационного процесса. Коммуниканты стремятся к оптимизации дискурса, понимаемой как адекватный (с учётом особенностей дискурсивной ситуации) выбор средств, обеспечивающий достижение поставленной цели кратчайшим путём. (Куликова О. В., с. 200, 2010).

1. 7 Коммуникативные задачи высказывания

Коммуникативные задачи высказывания заложены в исходной посылке, т.е. в утверждении, суждении автора, истинность или обоснованность которого он доказывает в аргументирующей части высказывания. Содержание коммуникативной задачи высказывания соответствует ответам на вопросы: «какую мысль обосновывает автор?», «как автор обосновывает свои мысли?», «как автор характеризует внеязыковую ситуацию?», «какое мнение автор представляет как правильное?», «какие оценки даёт автор предмету речи?», «в чём автор пытается убедить аудиторию?», «к чему призывает автор?». Коммуникативная задача соотносится с общей темой высказывания и состоит в ясном изложении какой-либо точки зрения, обосновании какого-либо мнения. Коммуникативные задачи решаются путём установления когерентных связей между структурными элементами высказывания. В структуре композитного высказывания можно выделить несколько коммуникативно-тематических элементов, которые при условии когерентности их понятийных признаков образуют взаимосвязи:

* актуализация проблемы, обозначение темы;
* характеристика субъекта и объекта проблемы или участников ситуации;
* аргументация важности решения проблемы;
* прогнозирование развития ситуации для субъекта и объекта;
* предложение по решению проблемы.

В целом коммуникативные задачи сводятся к обоснованию, пояснению какой-либо мысли, одобрению, осуждению, оправданию каких-либо состоявшихся или планируемых действий, событий. Аргументация должна содержать достаточно информации для того, чтобы аудитория могла произвести оценку обсуждаемого объекта или состояния дел на основе непредвзятой точки зрения (критерий достаточности). (Куликова О. В., с. 204, 2010; Кузнецов С. А., с. 131-132, 2014).

* 1. 8 Целевая направленность высказывания

Аристотель писал, что целью риторики является логика убеждения, которая должна убеждать кого-либо в красоте того или иного человека или предмета, но необязательно, чтобы красота была присуща предмету или человеку. (Аристотель, электронный ресурс).

Интенция как философское понятие позволяет интегрировать его в лингвопрагматику: значение строится не только на лингвистических составляющих, но также и обуславливается взаимодействием языка и ментальных актов, предопределяющих намеренность и целевую направленность мышления, и, как следствие, речепроизводства. (Экизян А. Х., 126 с., 2015).

В лингвистике речевое поведение человека рассматривается как процесс, основанный на формировании коммуникативной цели, определяющей результативную направленность высказывания. Коммуникативное намерение, коммуникативная установка – цель говорящего, пишущего. При создании художественного произведения (в том числе публицистического) коммуникативное намерение реализуется в замысле автора. Замысел не следует путать с умыслом. Коммуникативное намерение определяет роль пишущего как участника общения и обозначает конкретную цель его высказывания, т. е. спрашивает ли он, или утверждает, или призывает, осуждает или ободряет, советует или требует и т. д. Коммуникативное намерение является регулятором вербального поведения партнёров. (Экизян А. Х., 126 с., 2015; Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В., с. 139, 2010).

Целевая направленность высказываниясодержится в ответах на вопросы: «для чего/ зачем обнародован этот текст?», «что хотел сказать автор?», «какой вывод из сказанного предлагает сделать автор?», «чем этот текст (речь) полезен/ вреден для моих убеждений?». Процесс речевой деятельности автора направлен на изменение системы ценностей реципиента. Целью убеждающей речи является убеждение во мнении, в изменении поведения или даже принуждение к действию. (Кузнецов С. А., с.132, 2014; Буваева Б. В., с. 32-33, 2015; Москвин В. П., с. 105, 2012).

Интенция – в психолингвистике и лингвопрагматике: субъективное желание говорящего строить высказывания с определённой целью, коммуникативное намерение, целевая установка. Интенция формируется под влиянием мотива – доречевого психологического импульса речевой деятельности. Интенция принадлежит отправителю речи и в силу неявной речетворческой оформительности в значительной степени остаётся «вещью в себе», малопроницаемой для восприятия. Если интенция проходит стадию осознанности и получает соответствующую речевую реализацию, она превращается в коммуникативную цель. (Матвеева Т. В., с. 129-130, 2010).

Интенциональные установки речевой деятельности можно свести к двум видам: информационному (сообщить факты, передать знания о чём-либо, научить каким-либо действиям, предупредить об ожидаемых или возможных событиях) и регулятивному (оказать управляющее воздействие на поведение людей, склонить аудиторию принять какую-либо точку зрения, признать обоснованным высказанное мнение, побудить адресата предпринять какие-либо действия). Реализованная в тексте интенциональность и есть целевая установка высказывания. (Кузнецов С. А., с. 132, 2014).

# Выводы

Учёными в коммуникации выделяются три основных типа речевой информации: констатирующая (информирует), убеждающая (воздействует) и директивная (управляет, организует). Этот список можно расширить концептуальным (отражает природные о социальные закономерности) и обобщённым (создаёт стереотипы, объединяет по общим признакам) типами информации.

Вопросом возможностей воздействия в речевой коммуникации занимаются специалисты различных областей знаний: лингвисты, филологи, журналисты, психологи, социологи и др. Все исследования этой проблемы единены в том, что все специалисты говорят о воздействующей роли адресанта (оратора, продуцента, автора) высказывания (текста). Лингвисты российской научной традиции дают различные названия речевому воздействию: убеждающая речь, риторический метадискурс, персуазивнсть (персуазивная ситуация), риторическое воздействие, коммуникативное убеждение, манипулятивное воздействие, убеждающее воздействие и др.

В ходе формирования убеждающего высказывания мысль автора, в которой он стремится убедить аудиторию, отвечает запросу «что я хочу сказать». В процессе создания автор опирается на запросы аудитории, до которой он доносит какую-либо информацию, даже если у автора нет непосредственного контакта с читателем. В интернет-СМИ создается иллюзия коммуникации автора и читателя: комментарии, обсуждения, обратная связь, письма редактора и т. п. С переходом средств массовой информации в Интернет объём информации увеличился. По этой причине реализация информационных материалов в Интернете требует качественного подхода: материал должен быть интересным, объективным и убедительным.

Реализация убеждающего высказывания заключается в замысле и его последующем осуществлении. Для достижения своей цели авторы обращаются к рациональным и эмоциональным ценностям читателей. Некоторые учёные придают особое значение обращению к эмоциональным сторонам восприятия человека: это делает текст нестандартным, «живым», экспрессивным. При рациональном убеждении автор стремится к созданию всех условий для осознанного согласия читателя с его точкой зрения, с выгодной для него позицией – создаёт «иллюзию выбора». Читатель делает свой выбор добровольно, но только в пределах той области, которую ему предоставляет для этого автор.

Конечной целью убеждающего высказывания являются изменение картины мира воспринимающего и совершение действия благодаря полученным сведениям. В журналистике, как и в риторике, речь убедительная, воздействующая выдвигает тезис, строит система аргументации и заключает рассуждение выводом. Эта схема совпадает с взглядом лингвистов на рассуждение как функционально-смысловой тип речи. Одним из признаков рассуждения является монологичность, что также свойственно журналистскому жанру комментария (тексты этого жанра были отобраны в качестве объекта исследования).

В основной части рассуждения автор реализует выстроенную схему аргументации, обосновывает выдвинутый тезис, которая соответствует задачам и целям убеждающего высказывания. Для этого автор пользуется двумя типа аргументации: логическим (рациональным, фактологическим, воззвание к разуму) и психологическим (эмоциональным, ценностным, оценочный, воззвание к страстям). Воплощается аргументация посредством обличения мысли в языковую форму различными типами аргументации. В рамках настоящего исследования не представляется возможным все существующие типы аргументации. Но стоит отметить, что сильными аргументами признаются мнения экспертов, числовые показатели, статистические данные, исторические примеры, научные аксиомы, законы природы, ссылки на авторитетные источники и т. п.

Сведения в тексте (в высказывании) представляются автором в качестве фактов, фактоидов, оценок, мнений, волеизъявлений. Эти виды речевых структур выделяются как базовые Кузнецовым С. А. в научно и практически обоснованной методике коммуникативно-риторического анализа текста, которая позволяет «преобразовать последовательный текст в нелинейную понятийную структур смыслов текста» (Оленников С. М., с. 432, 2016). С вычленения этих компонентов начинается работа с текстом, которая в дальнейшем позволяет выявить задачи и цели коммуникативного высказывания.

Из этих базовых структур верификации на ложность или истинность подвергается только факт. Для реализации задач и целей настоящего исследование внимание фокусируется на том, как автор выражает мнение к теме своего высказывания и как остальные типы базовых структур способствуют убедительности выдвинутого тезиса.

# Глава 2. Исследование

1. 1 Описание источника эмпирического материала

В качества эмпирического материала были выбраны комментарии (журналистский жанр) сетевого издания «Новая газета». Объём материала составляет 20 комментариев. Примерный объём одного комментария: 4 000 – 7 000 знаков без пробелов (3-4 страницы А4).

Материал отбирался методом целенаправленной выборки и экспертной оценки в соответствии с запросом исследования. Основой для первичного отбора послужили тематика (политика, экономика, общество) и заголовки комментариев с выраженной авторской оценкой или мнением.

Выбор редакционных материалов сетевого издания «Новая газета» обусловлен несколькими критериями:

* рейтинг

в соответствии с рейтингом «Медиалогия» (mlg.ru) «Новая газета» занимает 7-е место в рейтинге средств массовой информации в России; рейтинг «Brand Analitics» (blog.br-analytics.ru) показывает, что цитирование «Новой газеты» в других СМИ составляет 38 666 в январе 2017 г.;

* просмотры

просмотры актуальных тем на сайте издания могут достигать 300 000 за неделю (числовой показатель сайта novayagazeta.ru в рубрике «ТОП-6»);

* тематика

«Новая газета» специализируется на создании журналистских материалов-расследований о коррупции в бизнесе и во власти, создаёт специальные репортажи с событий политической и культурной жизни (novayagazeta.ru). Для исследования были выбраны комментарии по тематикам: «политика», «экономика» и «общество».

Комментарий как жанр может быть частью журналистского материала или выступать отдельно. Для осуществления поставленных задач и достижения цели исследования был выбран второй форма комментария, так как он представляет собой целостный текст с авторскими тезисом и аргументацией. По своей природе комментарий объясняет, обсуждает и разъясняет актуальные события. Неотъемлемой частью любого комментария является анализ, который позволяет автору материала выражать отношение к происходящим событиям, формировать связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, выражать их оценку, прогноз и развитие. (Тертычный А. А., электронный ресурс).

* 1. Содержание исследования объекта

(с конкретными примерами из комментариев журналистов «Новой газеты»)

2.2.1 Выделение типичных для комментария коммуникативных структур

Анализу подвергались высказывания автора. Они выделялись по признаку указания на его мыслительную деятельность («*складывалось впечатление*», «*можно предположить*», «[меня] *удивляет*») или по признаку отсутствия указаний на источник сведений: мнений, оценок, предположений, волеизъявлений и т. д. Мы присваиваем авторство сведений журналисту (корреспонденту, редакции и т. д.) в случае приведения таковых без указания на источник фактической информации.

В ходе коммуникативно-риторического подхода к отобранному материалу были выделены следующие особенности (модели) коммуникативных структур. На начальном этапе анализируется текст комментария полностью. (Прим.: черным цветом обозначаются высказывания, обозначенными нами как авторские, серым – высказывание других людей, приводимые автором комментария).

* Оценка/ мнение фактического источника сведений + **мнение/ оценка автора**

Варианты: мнение в форме предположения + мнение эксперта + предположение эксперта + мнение эксперта; негативное мнение + негативная оценка; мнение эксперта + оценка эксперта + мнение о фактоиде и т. п.

В комплексе представляют мнение-вывод автора к тем сведениям, которые выражает официальный источник информации. К такой модели коммуникативных структур добавляются факты для описания внеязыковой действительности, фактоиды автора комментария и источников сведений для создания социальной реальности и построения картины мира.

*«Если, как говорит Федеральная антимонопольная служба, государство прямо или косвенно контролирует семь десятых российской экономики,* ***очевидно, что его можно считать и главным работодателем****. Но* ***разве этот работодатель не может быть заинтересован в росте доходов*** *своих же граждан? Ведь именно о необходимости роста доходов постоянно вещают государственные люди?*

***Нет, в росте доходов государство как работодатель не очень заинтересованно****. Общемировая статистика свидетельствует, что прибыльность государственных предприятий примерно на 30% уступает прибыльности частных фирм, куда же еще и доходы сотрудников повышать?»*

«Почему мы останемся бедными» (25.02.2018)

* **мнение/ оценка автора** + мнение/ оценка фактического источника информации

Варианты: факт + мнение о факте в форме предположения + фактоид + негативная оценка + мнение эксперта + оценка эксперта

Как и модель выше включают в себя **факты** и фактоиды с теми же целями.

*«****Тут — сплошной туман в головах*** *[реакция на сохранение санкции в отношении РФ по Крымскому вопросу].* ***Достижение телепропаганды — нехитрой, но сокрушительной комбинации передергивания и умалчивания****.*

*Да, в международном* ***праве существует некая двойственность****: с одной стороны,* ***принцип нерушимости границ****, с другой —* ***право наций на самоопределение, на создание своего государства.***

*Вопрос о вхождении части одного государства в состав другого — совершенно особый. По международному праву,* ***присоединение*** *части территории одного государства к другому* ***осуществляется*** *на основе договора цессии:* ***передачи*** *одним государством определенной территорией другому государству —* ***по соглашению между ними****.*

***Это международное положение отражено в Федеральном конституционном законе РФ*** *от 17.12.2001 № 6-ФКЗ. Его название — «О порядке принятия в Российскую Федерацию и образования в ее составе нового субъекта Российской Федерации».* Далее автор цитирует текст закона.

«Крым не присоединили к закону» (26.03.2018)

Выделенные коммуникативные структуры (модели) позволяют предположить, что в комментарии используется примерно однотипная структура формирования мнения автора текста: автор вводит свои мнения и оценки в комплексе с мнениями и оценками экспертов; представляет фактоид и подтверждает его сведениями экспертов; комментирует мнение экспертов в форме мнения утверждения, продолжая мысль эксперта, но без указания на авторство.

В анализе мы не обращаемся к событиям и явлениям действительной жизни, мы обрабатываем текст, исходя из той информации, которая в нём предоставлена автором. Для установления дополнительных сведений и описания внутритекстовой реальности на примере комментария Арнольда Хачатурова «Деньги есть, но вы – держитесь!» (13.03.2018) был проведён синтез коммуникативно-риторической структуры текста.

Из текста выделены фрагменты, которые позволяют определить одну из пропозиций комментария: майские указы президента были о повышении заработной платы у работников бюджетных учреждений.

*«зарплатные аномалии»*

*«сотрудники целого ряда государственных больниц и вузов стали получать высокие зарплаты или премиальные выплаты»*

*«руководство бюджетных учреждений по указу сверху мобилизовало все имеющиеся ресурсы»*

*«главное положение майских указов – создание 25 миллионов современных высокооплачиваемых рабочих мест»*

Пример из комментария Василия Головина «Ким Чен Ын переходит границы. Наконец-то» (29.04.2018).

Пропозиция: лидеры КНДР и Южной Кореи провели первые личные переговоры.

*«В КНДР сегодня произошла сенсация — там впервые официально объявили о том, что Пхеньян вроде бы стремится к безъядерному статусу Корейского полуострова»*

*«ведь до сих пор официальная пропаганда страны непрерывно воспевала ядерное оружие как символ суверенитета, гигантского могущества и невероятных достижений страны чучхе»*

*«27 апреля пхеньянский правитель Ким Чен Ын … перешагнул в своих широченных черных штанах и партийной тужурке-маоцзедуновке через невысокий бетонный барьерчик, картинно проложенный по 38 параллели, делящей Корейский полуостров на сталинистский Север и капиталистический»*

*«Затем он еще и перетащил стоявшего рядом президента Южной Кореи Мун Чжэ Ина чуть-чуть к себе на территорию КНДР»*

*«Встреча двух лидеров впервые в истории прошла на территории Южной Кореи, но, правда, всего на ничтожном расстоянии от КНДР»*

Эти сведения позволяют сделать вывод об особенностях использования функционально-смысловых типов речи в комментарии и целевых установках автора. Жанр комментария был выбран в качестве эмпирического материла целенаправленно, так как по своим признакам он относится к типу рассуждения. По этой причине определение пропозиций позволяет подтвердить рациональность использования типа речи рассуждение в комментарии как журналистском жанре. Рассуждение – основной принцип, по которому строится комментарий, но для осуществления такого текста как жанра журналисты используют описание и повествование, но в других целях.

* + 1. Анализ коммуникативных высказываний по композиционной схеме рассуждения

По композиционной схеме тип речи рассуждение производится в несколько этапов: автором приводится тезис, который он собирается доказать, обосновать или опровергнуть; для этого автор в соответствии с целью своего высказывания использует аргументативный аппарат и подводит читателя к выводу, заключению. Реализация этих этапов позволяет автору склонить читателя к своей точке зрения.

Пример на основе комментария Сергея Соколова «Следственный тупик» от 27 февраля 2018 г.

Тезис автора: Представители следствия по делу об убийстве Б. Немцова не предпринимают действий для установления личностей, инициаторов убийства Б. Немцова.

Этот тезис сформирован с учётом дополнительных сведений в тексте комментария:

*«Расследование убийства Бориса Немцова когда-нибудь войдет в учебники криминалистики — как печальная иллюстрация профессионального бессилия правоохранительных органов в стране»*

*«Следствию, видите ли, он не открыл дверь, и потому поговорить с ним российские силовики оказались не в состоянии, а судебную повестку Геремеев проигнорировал без объяснения причин, но с одобрения главы Чечни»*

*«Но, увы, все это для следствия представляется задачей неразрешимой»*

В основной части рассуждения автор пользуется следующими аргументами:

* приведение фактов и мнений из уже имеющихся результатов следствия (ссылка на положения официальных документов)

*«Беслана Шаванова, погибшего при задержании»*

*«Уже через три дня после расстрела на Большом Москворецком мосту фамилии подозреваемых стали известны следствию»*

*«Все арестованные: киллер Заур Дадаев, братья Губашевы, Темирлан Эскерханов и Хамзат Бахаев — получили сроки»*

* мнение и оценки специалистов (ссылки авторитетных источников – адвокаты и следствие)

мнение адвокатов

*«по словам адвоката дочери Немцова Жанны Вадима Прохорова,* [вопросы] *остаются безответными»*

*«Скорее всего, никаких следственных действий и нет, в СК просто надеются, что заговорят уже осужденные. Впрочем, как мне кажется, вряд ли им позволят это сделать», — комментирует ситуацию Прохоров*

мнение следствия

*«Дважды следствие выходило с предложением о заочном аресте Геремеева и объявлении его в розыск как предполагаемого организатора убийства»*

* обращение к фактам обыденного наблюдения (историческим событиям)

*«Например, по делу об убийстве Анны Политковской, в котором столь же явственно присутствует «чеченский след», потерпевшие и их адвокаты не получили ни одной бумажки с тех пор, как приговор исполнителям вступил в законную силу, а поиск заказчика был поручен нижестоящему подразделению СК»*

Этими аргументами автор оперирует как подтверждающими его личные мнения, а также комментирует или обобщает приведённые аргументы, выражая личное мнение, оценку или волеизъявление.

На примере риторической структуры одного высказывания из комментария «Следственный тупик» можно убедиться в предположении о типовых моделях риторических структур в комментариях.

Коммуникативное высказывание строится по модели:

факт (аргумент обыденного наблюдения событий) – 2 мнения Прохорова (аргумент-ссылка на авторитетный источник) – 2 факта из материалов следствия (аргумент-ссылка на положения официальных документов) – **мнение автора** о мнении Прохорова («*У скепсиса* [адвокатов] *есть основания*») – **мнение автора** с негативной оценкой («..*в котором* [в деле об убийстве Политковской] *столь же явственно присутствует «чеченский след»*) – 3 факта по делу Политковской (аргумент обыденного наблюдения событий) - **негативная оценка автора** («*поиск заказчика убийства не имеет перспектив*») – **мнение автора в форме утверждения** («*делает очевидным то, что дальнейшее расследование в нынешней политической ситуации вряд ли возможно*»).

Автор строит модель по принципу нисходящей аргументации: вводит сильные аргументы (ссылки на документальные источники, на мнения специалистов, на схожие исторические события).

Заключительная часть комментария представляет собой 5 отдельных высказываний по модели: директивное волеизъявление автора + мнение автора в форме предположения).

*«Прежде всего необходимо допросить майора Руслана Геремеева — близкого родственника депутата Адама Делимханова и сенатора Сулеймана Геремеева, которые, в свою очередь, входят в ближайшее окружение Рамзана Кадырова»*

*«Далее. Необходимо установить, кто из представителей спецслужб на автомобилях без номеров приезжал на переговоры в чеченское село Джалка, где под охраной чеченского МВД скрывался подозреваемый офицер ВВ РФ Руслан Геремеев»*

*«Необходимо выяснить, кто из руководства Чечни, руководителей республиканского МВД и ближайшего окружения Кадырова присутствовал на совещании, собранном сразу после ареста киллера Дадаева все в том же селе Джалка, и допросить участников встречи, в ходе которой, по данным «Новой газеты», обсуждалось убийство Бориса Немцова»*

*«Необходимо расследовать обстоятельства гибели при задержании* ***в*** *Грозном Беслана Шаванова**Действительно ли он сам подорвался на гранате, или ему помогли»*

*«Ну и наконец, ФСО должна либо доказать, что установленные в районе Кремля камеры видеонаблюдения не захватывают Большой Москворецкий мост, либо все-таки предоставить видеозаписи»*

Вывод автор приводит в виде мнения в форме утверждения.

*«Но, увы, все это для следствия представляется задачей неразрешимой»*

По результатам трехэтапного функционально-смыслового анализа можно заключить, что выдвинутый тезис автора аргументирован. Заключение подводит к читателя к мысли о «профессиональном бессилии правоохранительных органов». Текст является законченным композитным убеждающим высказыванием, соответствует этапам функционально-смыслового типа рассуждения, признакам риторического убеждения и признакам убеждения с точки зрения специалистов в области воздействия в средствах массовой информации: выдвижение тезиса, его аргументация и вывод.

2.2.3 Выявление задач и целей коммуникативного высказывания

Убеждающее коммуникативное высказывание автора комментария состоит из высказываний различного характера, которые в некоторой степени совпадают с характеристиками видов риторических структур.

На основании анализа комментариев можно выделить следующие группы высказываний.

Высказывания информационного характера:

* описывают события и явления внеязыковой реальности;
* содержат в себе факты;
* представляют информационный повод в хронологическом порядке.

*«Шутка про Telegram, придуманная подростками, обернулась родительскими санкциями в отношении запрещенного мессенджера»*

«Власти молчат, а паника нарастает!» (26.04.2018)

*«Панамские файлы» и «Файлы райских островов» — это внутренние документы крупных юридических компаний, которые оказывали услуги в регистрации и обслуживании офшорных фирм, трастов и фондов. Эти документы с именами реальных владельцев стали доступны немецкой газете «Зюддойче цайтунг», а также Международному консорциуму журналистов-расследователей (ICIJ) и Центру по изучению коррупции и оргпреступности (OCCRP)»*

«Офшоры открываются, будьте осторожны» (27.04.2018)

Высказывания побудительного характера:

* предоставляют только один правильный путь к пониманию и решению проблемы;
* призывают к осуществлению каких-либо действий;
* в комментарии выражены в форме волеизъявлений, в некоторых случаях в директивной форме.

*«А вот всем остальным имеет смысл задуматься о возможных последствиях. В российской экономике не так много денег, и после пары экономических и политических кризисов выведенные за рубеж средства очень нужно вернуть»*

«Офшоры открываются, будьте осторожны» (27.04.2018)

*«Еще, очевидно, надо «сдать» донбасские республики — безусловно, выполнить Минские соглашения, и всем будет хорошо. В случае отказа — полетят ракеты»*

«Трамп замедленного действия», (12.04.2018)

Высказывания оценочного характера:

* выражают оценку ситуаций, событий, явлений, человека и его действий по качественным и количественным критериям;
* выступает в качестве дополнительного аргумента к основному мнению автора;
* определяется по полярному критерию плохо/ хорошо, справедливо/ несправедливо и т. п.

«*Десятки (!) городов страны отмечены каиновой печатью. … Десятки (!) городов страны отмечены каиновой печатью*»

«Смейся, палач!» (5.03.2018)

«*Чтобы рассчитать динамику доходов с учетом пятитысячной милостыни пенсионерам хватит знания математики в объеме неполной средней школы. Доходы, натурально, снизились — процентов на семь*»

«Почему мы останемся бедными» (25.02.2018)

Последняя группа высказываний – высказывания с убеждающим характером:

* могут представлять собой комплекс из трёх предыдущих групп высказываний;
* выражает отношение автора к проблеме;
* цель – воздействовать на мыслительные процессы читателя с возможным дальнейшим изменением в его восприятии действительности;
* обладает заранее продуманной системой доказательств и примеров, в большинстве случаев ссылается на мнение экспертов или очевидцев события;
* предлагает возможные варианты решения проблемы;
* в основной части высказывания, как правило, содержится анализ ситуации;
* связывает освещаемое событие с другими, устанавливает причинно-следственные связи;
* может содержать прогноз комментируемого события.

Пример из комментария редакции «Новой газеты» от 5.02.2018

*«Следует признать, что в тексте Леонида Млечина есть досадная неточность.* - мнение автора в форме утверждения

*В свидетельствах очевидцев марша нет подтверждения* ***массового*** *скандирования его участниками нацистского приветствия. –* фактический источник информации + фактоид автора: все свидетельства, всех очевидцев, все участники

*Об этой неточности мы искренне сожалеем.* – факт с положительным модусом

*Но это не меняет того факта, что в марше* ***участвовали представители*** *праворадикальных, националистических сил, и что* ***многие их лозунги****,* ***баннеры и растяжки****, в том числе и****отраженные в статье*** *нашего автора,* ***носили экстремистский, ксенофобский и временами откровенно расистский характер****.* – мнение автора в форме утверждения с высокой степенью уверенности + факт

*Напомним лишь несколько* ***лозунгов и растяжек*** *марша,* ***приведенных в репортажах и фотоматериалах, опубликованных нашими коллегами*** *из «Нью-Йорк Таймс», «Уолл-Стрит Джорнэл», «Немецкой волны», Би-би-си и других уважаемых европейских и американских медиаресурсов, включая и польские: «Белая Европа братских народов», «Европа будет белой или безлюдной», «Смерть врагам отечества!», «Чистая кровь — ​трезвый разум», «Помним о Львове и Вильно», «Наш путь — ​национализм».* – факт + указание на фактический источник информации

*Эти лозунги зафиксированы в большом количестве фотодокументов в медиа и соцсетях, они существуют, любая экспертиза это подтвердит.* – факт + факт + мнение автора в форме утверждения

Это отрывок по значительному количеству признаков можно отнести к группе убеждающих высказываний: выдвигается тезис о том, что Леонид Млечин в статье «Волки за дверью» неправильно рассказывает о росте праворадикальных настроений Европы (тезис изначально формируется В. Марчиняком, Чрезвыйчайный и Полномочный Посол РП в РФ). Редакция описывает ситуацию с помощью трёх фактоидов, которые объединяют участников события – фактический источник информации - в одну группу, никак не конкретизируя. В ответном письме редакция признаёт, что в статье их автора есть «досадная неточность», но уверенно утверждает о своей позиции («*Но это не меняет того факта»)*, подкрепив мнение ссылкой на статью, ставшей конфликтным прецедентом, и на другие авторитетные источники фактических сведений. Заключает мысль цепочкой фактов, делая однозначный вывод о том, что любая экспертиза по данным фактам в комментарии позволит установить тот характер информации, который был присвоен ей автором конфликтной статьи.

Целевая установка комментария – убедить читателей в том, что материал «Волки за дверью» автора «Новой газеты» Леонида Млечина содержит фактические сведения. Для реализации этой установки решаются следующие коммуникативные задачи:

* описание конфликтной ситуации, в которой журналист «Новой газеты» Л. Млечин квалифицируются В. Марчиняком «выдуманными автором статьи и не соответствуют действительности».
* опубликование письма В. Марчиняка «без купюр»;
* предоставление мнения редакции о базовых принципах журналистики;
* признание «досадных неточностей» в тексте Л. Млечина;
* аргументирование точки зрения редакции – аргументация против тезиса В. Мачиняка – с приведением логических аргументов (ссылки на авторитетные источники сведений, на документальные факты;
* выражение редакцией обеспокоенности националистической ситуацией в стране и предлагает сотрудничество для предотвращения подобных случаев недопонимания.

2.3 Сопоставление текста комментария с текстом информационной заметки

В целях наглядного доказательства о содержании в комментарии коммуникативных признаков убеждающего высказывания был совершён сопоставительный анализ (Таб. №1) текстов комментария и информационной заметки (журналистский жанр). Текст информационной заметки обезличен, его основная функция - сообщить о событии или явлении, констатировать факты.

Таблица №1 – Сопоставление высказываний информирующего и убеждающего характера

|  |  |
| --- | --- |
| Текст информирующего высказывания | Текст убеждающего высказывания |
| «Однако массовая блокировка IP-адресов привела к сбоям в работе международных компаний,таких как Google, Amazon, Microsoft и других, а также вебсайтов ряда средств массовой информации»  «Вместе с тем блокировки сказались на работе многих сторонних сайтов, пользовавшихся хостингом заблокированных провайдеров» | «…борьба с Telegram сильно напоминает фарс. Как иначе назовешь глушение динамитом 19 млн интернет-адресов, после которого озеро устилается толстым слоем случайных рыбешек, а зловредная щука, ради которой все, собственно, и затевалось, продолжает насмешливо шевелить жабрами?»; «Рассвирепевший мамонт тоталитаризма закусил удила и крушит на своем пути все без разбора…» |
| «Напомним, 16 апреля Роскомнадзор начал блокировать Telegram на территории России после того, как мессенджер отказался передать ключи для дешифровки переписки пользователей по требованию ФСБ» | «Последнюю [официальную версию], кстати, даже забыл помянуть. Видимо, в силу ее комичности: государство-де ведет борьбу с террористами, шифрующимися в чатах Telegram, не пожелавшего поделиться с компетентными органами ключами криптозащиты» |
| «Мессенджер Viber может столкнуться с теми же ограничениями, что и Telegram, если ФСБ не получит доступ к ключам шифрования, [заявил](http://tass.ru/obschestvo/5173256) ТАСС министр связи Николай Никифоров» | «Еще комичнее выглядит официальное объяснение безразличия Роскомнадзора к конкурирующим с Telegram мессенджерам: оказывается, правоохранительные органы просто еще не обращались с требованием внести эти программы в реестр организаторов распространения информации. К WhatsApp, Viber, Facebook Messenger или Instagram у ФСБ претензий нет, поэтому в них террористам тусоваться не возбраняется» |

Сравнение примеров двух журналистских жанров позволяет заметить высокую степень различия их между собой. Интенция речевых высказываний информационной заметки заключается в сообщении фактов, в комментарии -в эмоциональном воздействии. Эти выводы сделаны не только с учётом характерных признаков каждого жанра, но и благодаря использованию авторами текстов конкретных речевых структур. В первом случае – это факты, во втором – оценочные мнения с негативным модусом.

Рассматривая приведённые коммуникативные высказывания с точки зрения функционально-смысловых типов речи, первому соответствует повествование, т. к. оно сообщает о развитии события, о состоянии дел, автор отражает действительность, стремясь к объективности. При чтении этих высказываний можно дать конкретный ответ на вопрос «что происходит с объектом повествования?».

Второму соответствует функционально-смысловой тип речи рассуждение, в котором автор риторическими структурами мнения и оценки с негативным модусом формирует эмоциональное настроение читателя, обосновывает тему своего высказывания, подводит читателя к определённому выводу о теме высказывания.

# Выводы

В ходе исследования было проанализировано 20 комментариев, опубликованных на сайте сетевого издания «Новая газета», общим объёмом примерно в 76 печатных страниц текста.

Материал для исследования отбирался по нескольким критериям: рейтингу, количеству просмотров и тематике. Были определены три темы комментариев: политика, экономика и общество, т. к. эти темы часто бывают конфликтными, часто подвергаются исследованию со стороны лингвистов-экспертов.

Вторая часть исследования строится по принципу поэтапного раскрытия к комплексу методов, заключённых в научно обоснованном Кузнецовым С. А. методом для лингвистических экспертиз - коммуникативно-риторического анализа текста.

Начальный этап анализа – выделение типовых коммуникативных структур в журналистском жанре комментария. Анализ позволил установить, что существует две модели коммуникативных конструкций, которыми пользуется автор. Они реализуются по следующим схемам:

1. оценка/ мнение фактического источника сведений + мнение/ оценка автора
2. мнение/ оценка автора + оценка/ мнение фактического источника информации.

Две этих модели могут сосуществовать и взаимодополнять друг друга в соответствии с целями авторским замыслом. Риторические структуры мнения и оценки автор комментария связывает между собой фактами и фактоидами.

Следующий этап анализа – развёртывание коммуникативных высказываний по схеме функционально-смыслового типа речи рассуждения. Пропозиция определяется с помощью дополнительных сведений, содержащихся в законченном композитном высказывании, мы не устанавливаем связи с внеязыковой реальностью.

Эта часть анализа происходит в три этапа: определение тезиса, аргументативной схемы размышления и вывода, к которому старается привести автор.

Результат этот анализа позволяет провести аналогии между функционально-смысловыми типами речи, риторическим убеждением и способами воздействия по каналам средств массовой информации.

Выявление коммуникативных задач и целей позволяет сформулировать коммуникативные признаки убеждающего высказывания. Результаты предыдущих этапов анализа становятся основой для обозначения групп высказываний в комментарии в соответствии с их характером. Выделено 4 группы высказываний:

* высказывания информативного характера;
* высказывания побудительного характера;
* высказывания оценочного характера;
* высказывания убеждающего характера.

Последняя группа высказываний кроме своих особенностей обладает комплексным свойством, которое может включать в себя все остальные группы высказываний, тем самым способствовать воздействующей силе убеждающего высказывания.

Для большей доказательности полученных результатов был осуществлён сопоставительный анализ коммуникативных убеждающих высказываний с коммуникативными информативными высказываниями. Составленная сравнительная таблица наглядно показывает различие между этими группами высказываний и дополнительно обосновывает указанные в анализе коммуникативные признаки убеждающего высказывания.

# Результаты исследования

Юридическая лингвистика на настоящем этапе развития нуждается в разработке единого подхода к непосредственному проведению исследования. Школы юридической лингвистики в Барнауле, Санкт-Петербурге, Москве и др. работают над этой проблемой.

В настоящем исследовании обосновывается необходимость в разработке методике исследования речевой деятельности. Эта методика разработана на основе практических и научных знаний сотрудников Экспертного центра СПбГУ – Кузнецовым С. А. и Оленниковым С. М. Согласно этой методике текст исследуется как информационный факт, и доказывается его фактическая сторона замысла речевого действия.

Полученный результат исследования удовлетворяет выдвинутую гипотезу, хотя абсолютно не может подтверждать её, так как в исследованиях содержательно-смысловой стороны текста пока не разработан формальный механизм, дающий абсолютную уверенность в полученных результатах.

Предложенная методика позволяет определить тему текста и ответить на вопросы о функционально-смысловой специфике и коммуникативном содержании языковых средств.

Объект исследования изучен в полном объёме, как и заявлен в начале исследования. Полнота исследования объекта позволила определить цели и задачи коммуникативных убеждающих высказываний, что поспособствовало формулированию коммуникативных признаков убеждающего высказывания в ходе работы над предметом исследования.

Коммуникативными признаками убеждающего высказывания:

* комплексность – высказывание представляет собой комплекс из других групп высказываний (информативных, побудительных оценочных);
* авторство – высказывание содержит риторические структуры, выражающие мнение автора;
* целенаправленность – убеждающее высказывание является осуществленным, если замысел автора достиг поставленной цели;
* плюрализм – убеждающее высказывает включает в себя мнения, оценки других источников информации, в некоторых случаях автор предоставляет выбор читателю, но этот выбор ограничен самим автором – «иллюзия выбора»;
* связность – убеждающее высказывает содержит в себе ссылки на другие события и явления, которые позволяют строить автору основу для воздействия. Авторами используются фактоиды для формирования нужной картины мировосприятия;
* прогнозирование – автор может заключить высказывание мнением в форме предположения, что позволяет читателю осознанно сделать выбор, осуществить действие.

Приведённая классификация подтверждает достижение цели исследования. Задачи исследования решены в полном объёме.

Кроме заявленных методов исследования были использованы метод экспертной оценки для отбора материала и сопоставительный метод для дополнительной доказательности полученных результатов.

Настоящее исследование в первую очередь направлено на обоснование и подтверждение практической необходимости использования данной методики в проведении лингвистических экспертиз. Позволит сделать исследование объективным и доступным для понимания специалистов в разных областях знаний. В ходе исследования также было замечено, что результаты методики будет более эффективными в дальнейшем использовании их в комплексных исследованиях в разных областях знаний, связанных с мыслительной деятельностью человека: социология, психология, философия и др.

Результаты исследования будут полезны специалистам в области лингвистической экспертизы текста, студентам и преподавателям во время проведения семинарских занятий учебных направлений по подготовке к экспертной деятельности, филологами, лингвистам, психолингвистам, журналистам, специалистам по ораторскому искусству и др.

# Перечень использованных источников

**Использованные и упоминавшиеся источники**

1. Аристотель. Риторика [Электронный ресурс] / Аристотель. URL: http://www.lib.ru/POEEAST/ARISTOTEL/ritoriki.txt (дата обращения: февраль 2016).
2. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие / А. Н. Баранов – 5-е изд. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2013. – 592 с.
3. Бахтин М. М. Высказывание как единица речевого общения. Отличие этой единицы от единицы языка (слова и предложения) [Электронный ресурс] // Литературно-критические статьи.

URL: http://scibook.net/russkaya-literatura-knigi/vyiskazyivanie-kak-edinitsa-rechevogo-46375.html (дата обращения: 26.03.2018).

1. Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ: Сборник материалов. М.: ИПК «Инфоркнига», 2010. 208 с.
2. Богданова А. А., Петрова Л. И. Интернет-СМИ: выявление проблемных ситуаций на пути к медиаобразованной молодёжи // Труды БГТУ Серия 4: Принт- и медиатехнологии. Минск: БГТУ, 2017. №1. 103-110 с.
3. Буваева Б. В. Место убеждающей речи в теории аргументации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. №8 (50): в 3-х ч. Ч. III. 32-35 с.
4. Булавина М. А. К вопросу о разграничении функционально-смысловых типов речи // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. М.: ФГБОУ ВПО «РУДН», 2008. №1. 60-66 с.
5. Голоднов А. В. Аргументативная структура риторического (персуазивного) текста // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Иркутск: МГЛУ ЕАЛИ, 2010. 109-114 с.
6. Голоднов А. В. Коммуникативно-прагматическая характеристика риторического метадискурса // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Научный журнал. СПб: ГАОУ ВО Лен. обл. ЛГУ им. Пушкина, 2011. 178-185 с.
7. Жерноклетова Т. Е. Разновидности функционально-смысловых текстов (на материале художественной литературы) // Вестник Иркутского государственного университета. Иркутск: МГЛУ ЕАЛИ, 2014. 143-148 с.
8. Иванов П. А. Разновидности дискурсов в газетной публицистике // Научно-информационный журнал армия и общество. М.: Научно-исследовательский центр «Наука-XXI», 2012. №2(30). 160-164 с.
9. Кардович И. К., Коробова Е. В. Об аргументативных свойствах экономического дискурса // Современные исследования социальных проблем. Красноярск: Научно-информационный центр, 2015. №5(49). 303-317 с.
10. Качесова И. Ю. Способы моделирования когнитивной структуры аргументативного дискурса // Филология и человек. Барнаул: Издательство Алтайского гос. университета, 2009. № 4. 37-43 с.
11. Качесова И. Ю. Способы формирования аргументативной структуры текста [Электронный ресурс] // Социальные процессы в современной западной Сибири: сборник научных статей. 2002. URL: http://e-lib.gasu.ru/konf/SocPr/2002/sp20.shtml (дата обращения: 6.02.2018)
12. Качесова И. Ю. Текстовые реализации характеристик поля аргументации // Филология и человек. Барнаул: Издательство Алтайского гос. университета, 2008. № 2. 64-76 с.
13. Кузнецов С. А. Задачи и техника лингвистической экспертизы [Электронный ресурс] // Открытое образование. URL: courses.openedu.ru/courses/course-v1:spbu+LINGRU+spring\_2017/info (дата обращения: май-июль 2017)
14. Кузнецов С. А., Оленников С. М. Экспертные исследования по делам о признании информационных материалов экстремистскими: теоретические основания и методическое руководство (научно-практическое издание) / С. А. Кузнецов, С. М. Оленников. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательский Дом В. Ема, 2014. – 312 с.
15. Куликова О. В. Прагматика аргументации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. ФГБОУ ВО «МГЛУ», 2010. Выпуск 17 (596). 200-213 с.
16. Матвеев А. С. Убеждающая коммуникация в современном обществе как предмет социально-философского анализа // Вестник Московского университета МВД России. М.: Московский университет МВД России 2013. №5. 250-254 с.
17. Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000. 361 с.
18. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 562 с.
19. Москвин В. П. Аргументативная риторика: теоретический курс для филологов / В. П. Москвин. Изд. 2-е, перераб. и доп. Ростов н/Д: Феникс, 2008. 637 с.
20. Москвин В. П. Риторика и теория коммуникации: виды, стили и тактики речевого общения. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2012. 216 с.
21. Науменко Т. В. Массовая коммуникация и методы её воздействия на аудиторию // Философия и общество. Волгоград: [Издательство «Учитель»](https://cyberleninka.ru/publisher/n/obschestvo-s-ogranichennoy-otvetstvennostyu-izdatelstvo-uchitel), 2004. 100-119 с.
22. Оленников С. М. Коммуникативно-риторический анализ как метод лингвистической экспертизы по делам о противодействии экстремизму // ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Труды Института лингвистических исследований РАН. СПб: Наука, 2016. 431-440 с.
23. Правикова Л. В. Персуазивность как когнитивная стратегия в парламентском дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. №1(79). Ч. 2. 359-362 с.
24. Пригарина Н. К. Риторические характеристики аргументативных моделей некоторых видов дискурса // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». Волгоград: ВГСПУ, 2015. №1(35). 116-121 с.
25. Стернин И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – 3-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 272 с.
26. Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] // E-Reading.Club. URL:

https://www.e-reading.club/book.php?book=1019990 (дата обращения: март 2018)

1. Форина А. Я. Анализ современных форм, методов и приёмов информационно-психологического воздействия по каналам СМИ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2010. Выпуск 2 (518). 247-266 с.
2. Чепкасов А. В. Об особенностях функций социальной коммуникации средств массовой информации // Вестник Кемеровского государственного университета. Кемерово: КемГУ, 2010. №4 (44). 167-171 с.

**Интернет-ресурс, использованный как источник иллюстративного материала**

1. Более 50 правозащитных организаций потребовали отменить блокировки Telegram в России

URL: https://www.novayagazeta.ru/news/2018/05/16/141702-bolee-50-mezhdunarodnyh-pravozaschitnyh-organizatsiy-potrebovali-otmenit-blokirovku-telegram-v-rossii

1. «Власти молчат, а паника нарастает!»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/26/76319-vlasti-molchat-a-panika-narastaet

1. «Деньги есть, но вы – держитесь!»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/03/13/75782-dengi-est-no-vy-derzhites

1. «ЕСПЧ зарегистрировал жалобу Telegram на штраф за отказ предоставить ФСБ ключи шифрования»

URL: https://www.novayagazeta.ru/news/2018/05/14/141641-espch-zaregistriroval-zhalobu-telegram-na-shtraf-za-otkaz-predostavit-fsb-klyuchi-shifrovaniya

1. «Карнавал Дурова»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/21/76254-karnaval-durova

1. «Ким Чен Ын переходит границы. Наконец-то»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/29/76336-kim-chen-yn-perehodit-granitsy-nakonets-to

1. «Король прошёл в ферзи»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/10/76126-korol-proshel-v-ferzi

1. «Крым не присоединили к закону»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/03/25/75940-krym-ne-prisoedinili-k-zakonu

1. «Министр связи Никифоров допустил блокировку Viber вслед за Telegram»

URL: https://www.novayagazeta.ru/news/2018/05/03/141404-ministr-svyazi-nikiforov-dopustil-blokirovku-viber-vsled-za-telegram

1. «Офшоры открываются, будьте осторожны»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/27/76331-ofshory-otkryvayutsya-budte-ostorozhny

1. «Почему мы останемся бедными»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/02/25/75602-pochemu-my-ostanemsya-bednymi

1. «Прессу – под пресс»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/03/29/75988-pressu-pod-press

1. «Прощание в режиме секретности»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/03/10/75754-proschanie-v-rezhime-sekretnosti

1. «Реформатор по неволе»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/02/23/75597-reformator-ponevole

1. «Роскомнадзор рассказал о 46 тыс. жалоб на неправомерную блокировку ресурсов»

URL: https://www.novayagazeta.ru/news/2018/05/07/141491-roskomnadzor-rasskazal-o-46-tys-zhalob-na-nepravomernuyu-blokirovku-resursov

1. «Следственный тупик»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/02/27/75636-sledstvennyy-tupik

1. «Смейся, палач!»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/03/05/75697-smeysya-palach

1. «Судите сами»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/02/05/75387-sudite-sami

1. «Трамп замедленного действия»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/12/76148-tramp-zamedlennogo-deystviya

1. «Цена развода»

URL: https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/04/26/76320-tsena-razvoda

|  |
| --- |
|  |