

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГИНИБОРГ Ольга Валерьевна**

**Выпускная квалификационная работа**

**Механизмы речевого воздействия и их реализация  
в телевизионной журналистике  
(на примере выступлений Роберто Савиано)**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа СВ.5055 «Иностранные языки»

Профиль «Итальянский язык»

**Научный руководитель:**

доцент, Кафедра романской  
филологии,

Кокошкина Светлана Александровна

**Рецензент:**

заместитель директора по учебно-воспитательной работе,  
Государственное

бюджетное общеобразовательное учреждение средняя общеобразовательная  
школа №318 с углублённым изучением итальянского языка Фрунзенского

района Санкт-Петербурга

Некрасова Ирина Сергеевна

Санкт-Петербург

2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
Глава 1. ....	6
ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КОНТЕКСТЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ .....	6
1. Речевое воздействие как междисциплинарное понятие .....	6
2. Способы и приёмы речевого воздействия в телевизионной журналистике .....	8
3. Риторический текст как прототип медиатекста .....	13
4. Языковые средства и стилистические фигуры, участвующие в создании речевого воздействия на аудиторию .....	16
5. Аргументация как способ речевого воздействия в медиатекстах .....	19
Глава 2. ....	25
ОБЩИЕ И ЧАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА МЕХАНИЗМОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МЕДИАРЕЧИ .....	25
1. Проявление речевого воздействия на итальянскую аудиторию на грамматическом уровне .....	25
2. Проявление специфики выбора лексических средств для реализации речевого воздействия на итальянскую аудиторию .....	31
3. Особенности выбора риторических фигур для реализации речевого воздействия на итальянскую аудиторию .....	36
4. Характерные особенности изложения авторской позиции Роберто Савиано.....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: .....	53

## ВВЕДЕНИЕ

Областью исследования данной работы является речевое воздействие, понятие, которым оперируют такие науки, как лингвистическая прагматика (лингвопрагматика, прагмалингвистика), медиалингвистика, когнитивистика, психолингвистика и другие.

Считается, что современное общество — это результат пяти информационных революций: от появления членораздельной речи в эпоху палеолита до формирования новейших информационных технологий в период с 1970 по 1990 гг. Пятая и предшествующая ей четвёртая информационные революции способствовали образованию новой социальной структуры, нового информационного общества. Процессы, которые они повлекли за собой, оказали огромное влияние на язык и культуру. Одним из существенных признаков современного мироустройства считают медиатизацию. Стремительное развитие массовой коммуникации стало причиной выделения в языкознании отдельной дисциплины — медиалингвистики, которая предлагает интегрированный подход к анализу медиаречи, позволяющий раскрыть механизмы её порождения, распространения и воздействия на массовую аудиторию<sup>1</sup>.

Однако следует отметить, что теоретическое обоснование речевого воздействия заключено в работах, связанных с лингвистической прагматикой, наукой, которая изучает “поведение языковых знаков в реальных процессах коммуникации”<sup>2</sup>.

Прагмалингвистика выделилась из общего языкознания во второй половине XX века. В это же время, в период расцвета средств массовой информации и коммуникации, зародилась и медиалингвистика. Несмотря на

---

<sup>1</sup> Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва. 2008. С.4

<sup>2</sup> Норман Б.Ю. Лингвистическая прагматика на материале русского и других славянских языков. Минск. 2009. С.8.

то, что эти относительно новые направления изучаются многими учёными и философами, на настоящий момент не было проведено достаточно тематических исследований на материале романских языков. Италия же, являясь наследницей древнегреческой риторики и ораторского искусства Древнего Рима, представляет особый интерес для обеих вышеупомянутых дисциплин.

Целью настоящей работы является выявление и анализ механизмов речевого воздействия на массового адресата в контексте телевизионной журналистики.

Мы выделили следующие задачи исследования:

- изучение основных теоретических положений, связанных с понятием “речевое воздействие”;
- выявление особенностей языков средств массовой информации и медиаречи;
- выявление способов создания персуазивности на грамматическом уровне;
- выявление и анализ лексических средств, используемых для воздействия на массовую аудиторию;
- выявление и анализ стилистических (риторических) фигур, применяемых для реализации речевого воздействия на массовую аудиторию;
- выявление и анализ моделей аргументации, используемых Роберто Савиано.

Материал для исследования представлен транскрипцией серии выступлений итальянского писателя и журналиста Роберто Савиано в рамках спин-оффа телевизионной программы “Che tempo che fa” за 2019—2020 гг.<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> URL: <https://www.raiplay.it/prograetempochefa>

Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: описание, анализ, сплошной отбор и количественные подсчёты. Языковые факты были получены путём транскрибации аудиовизуальных материалов.

Теоретической базой исследования стали труды отечественных и зарубежных учёных в области лингвистики, философии и журналистики: *по теории речевого воздействия* И.А. Стернина, В.Е. Чернявской; *по лингвистической прагматике* Дж. Остина и П. Стросона, Дж. Серла, О.С. Иссерс, Б.Ю. Нормана; *по медиалингвистике* И.В. Анненковой, Н.В. Поплавской, Т.Г. Добросклонской, *по риторике и неориторике* Г.Г. Хазагерова, Т.И. Кузнецовой и И.П. Стрельниковой, Т.В. Матвеевой, *по теории аргументации* А.И. Мигунова, А.А. Тертычного и др.

Данная работа состоит из оглавления, введения, двух глав, содержащих параграфы, списка использованной литературы и заключения.

## Глава 1.

# ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КОНТЕКСТЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В данной главе рассматривается теоретическое обоснование речевого воздействия, а также анализируются основные механизмы и способы реализации речевого воздействия в медиаречи.

### 1. Речевое воздействие как междисциплинарное понятие

Воздействующая сила речи является предметом изучения многих дисциплин: прагмалингвистики, социалингвистики, психалингвистики, медиалингвистики и др. Каждое из этих направлений определяет речевое воздействие по-своему.

Лингвистическая прагматика, согласно Лингвистическому энциклопедическому словарю, не имеет чётких границ, а включает в себя комплекс вопросов, связанных с ситуацией общения, говорящим субъектом и адресатом и их взаимодействием в коммуникации<sup>4</sup>. Впервые о лингвистической прагматике заговорили английские логики Дж. Остин и П. Стросон, а также американский логик Дж. Сёрл. Именно им принадлежит разработка логико-философского учения о строении “речевого акта” (РА), элементарной единицы речевого общения<sup>5</sup>.

Дж. Остин в цикле лекций, которые после смерти автора объединили в книгу “How to Do things with Words”, оспорил мнение большинства грамматистов и философов того времени о том, что “утверждение” лишь

---

<sup>4</sup> Лингвистический энциклопедический словарь. Москва. 1990.

URL: <http://tapemark.narod.ru/les/389e.html>

<sup>5</sup> Кобозева И.М. “Теория речевых актов” как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. Основы теории речевых актов. Москва. 1986. С.7

описывает некое положение вещей или указывает на некий факт. По мысли философа, “произнесение высказывания и есть осуществление действия”. Таким образом, он противопоставил “констативным” высказываниям “перформатив”, т.е. высказывание не являющееся ни описанием действия, ни утверждением осуществляемого акта<sup>6</sup>.

Речевой акт, согласно Дж. Остину, обладает следующими уровнями (или аспектами):

— локутивный акт (т.е. акт “говорения”), который складывается в свою очередь из фонетического акта (акта произнесения определенных звуков), фатического акта (акта произнесения определенных вокабул или слов соответствующей грамматики) и ретического акта (соотнесения фатического акта с действительностью).

— иллокутивный акт, т.е. «выражение коммуникативной цели в ходе произнесения некоторого высказывания».

— перлокутивный акт, т.е. акт воздействия на сознание адресата, призванный “вызывать последствия”.

Все аспекты речевого акта совершаются единовременно, а не один за другим. В связи с этим существуют трудности в разграничении иллокутивного и перлокутивного актов.

Поскольку перлокутивный эффект находится за пределами “Теории речевых актов”, возникла необходимость изучать его отдельно. Так и появилась наука о речевом воздействии.

Речевое воздействие как коммуникативный акт предполагает наличие субъекта (или адресанта), объекта (или адресата) и коммуникативной цели. Субъектом воздействия выступает тот, кто стремится повлиять при помощи речи на объект. А объект воздействия в свою очередь — тот, кто испытывает на себе это влияние. Цели общения могут быть разными:

---

<sup>6</sup> Дж. Л. Остин. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Перевод с английского А.А. Медниковой. Москва. 1986. С. 26-27.

— информационная, т.е. донести информацию до адресата и получить подтверждение, что она получена.

— предметная, т.е. узнать, получить что-либо, изменить что-либо в поведении собеседника.

— коммуникативная, т.е. сформировать определённые отношения с собеседником.

Эффективное речевое воздействие позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить так называемое коммуникативное равновесие (баланс отношений с собеседником)<sup>7</sup>.

Таким образом, речевое воздействие, если мы рассматриваем его в широком смысле, — речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности.

В узком смысле речевое воздействие характеризуется сферой употребления, а именно — ситуацией координативных отношений, при которых коммуниканты равноправны<sup>8</sup>.

В рамках когнитивной лингвистики предметом изучения речевого воздействия являются когнитивные структуры и механизмы, которые влияют на модель мира адресата.

Коммуникативная лингвистика делает упор на изучение приёмов речевого поведения, наиболее эффективных с точки зрения стратегии говорящего<sup>9</sup>.

## 2. Способы и приёмы речевого воздействия в телевизионной журналистике

---

<sup>7</sup> Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж. 2001. С.61-62

<sup>8</sup> Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва. 2008. С.21

<sup>9</sup> Иссерс О.С. Речевое воздействие. Москва. 2009. С.22



По мысли российского психолингвиста И.А. Стернина, все факторы речевого воздействия, т.е. определённые типы и приёмы коммуникативных сигналов, используемых в речевом воздействии, можно разделить на три группы: фактор говорящего (внешность, взгляд, манера, физическое поведение во время речи), фактор адресата (количество участников), фактор сообщения (объём, содержание, расположение фактов и аргументов) и фактор жанра (митинговое выступление, просьба, спор, критика и т.д.)<sup>10</sup>.

Поскольку в нашей работе делается упор на телевизионную журналистику, нам кажется важным рассмотреть фактор жанра подробнее.

Устойчивым признаком текстов новостной журналистики, по мнению Г.В. Лазутиной и С.С. Распоповой, является отражение реальной конкретной ситуации в момент очевидного изменения<sup>11</sup>.

При описании содержательной стороны новостного текста часто говорят о его “новостной ценности”, которую определяет ряд таких факторов, как новизна, масштаб, последствия события для массовой аудитории, пространственная близость, конфликтность, а также эмоциональный фактор.

На уровне семантики новостные тексты характеризуются тем, что обладают макроструктурой и микроструктурой, которые отражают тематическую организацию информационного потока. Это отмечено существованием устойчивого списка тем (например, политика, экономика, культура, образование, спорт).

Также новостные тексты характеризуются преобладанием определённых структурных типов словосочетаний, клишированных словосочетаний, использованием постоянных текстообразующих элементов (например, фраз для введения цитат, ссылок на источники информации).

---

<sup>10</sup> Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж. 2001. С.53

<sup>11</sup> Лазутина Г.В., Распопова С.С. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров // Журналист. Социальные коммуникации. Москва. 2014. С.99-100.

С точки зрения морфосинтаксического уровня новостные тексты обладают сравнительно большим количеством глагольных словосочетаний, широкой распространённостью пассивных форм и пассивных конструкций, относительно частым употреблением составных слов, большим количеством синтаксических соединений, состоящих из двух или трёх компонентов<sup>12</sup>.

Источником языковых фактов для данной работы послужил спин-офф телевизионной передачи “*Che tempo che fa*”, которая относится к жанру ток-шоу (англ. talk show). Как правило, собеседниками на ней выступают ведущий и один-два приглашённых гостя, которые являются известными общественными деятелями, специалистами в области культуры и искусства. Частый гость на передаче — современный итальянский писатель и журналист Роберто Савиано; его приглашают для обсуждения актуальных событий, обозначаемых в итальянском языке как *attualità*. Таким образом, возвращаясь к теме факторов речевого воздействия (фактору говорящего), мы можем сделать вывод о том, что коммуникативная позиция, то есть коммуникативная влияние и авторитетность говорящего, в данном случае Роберто Савиано, потенциально сильная.

И.А. Стернин выделяет восемь основных способов речевого воздействия на адресата: доказывание, убеждение, уговаривание, клянченье, внушение, приказ, просьба, принуждение. Совершенно очевидно, что такие способы, как уговаривание, клянченье, приказ и принуждение труднореализуемы на телевидении. Первые два не вписываются в рамки дискуссии, третий является неэффективным в отношении равных людей (в нашем случае аудитории канала и соведущих), а четвёртый неприменим при цивилизованном общении.

---

<sup>12</sup> Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва. 2008. С.60-61, 72-73, 79-80

Наука о речевом общении включает в себя как изучение средств собственно речевого воздействия, так и средств манипуляции. Здесь имеет место теоретическое разграничение:

Речевое воздействие — воздействие на человека при помощи речи, служащее для того, чтобы он *сознательно* принял точку зрения говорящего.

Манипулирование — воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо *неосознанно* или вопреки его собственному мнению или намерению<sup>13</sup>. Однако известны и другие определения манипулирования или манипуляции. Обратимся к этимологии этого слова: оно происходит от лат. “*manus*” — “рука” и “*pleo*” — “наполняю”. В технике манипуляция связана с ручным управлением. В цирке манипуляция — “демонстрирование фокуса, основанного на ловкости рук”<sup>14</sup>. На основе таких определений можно сделать вывод о том, что манипуляция косвенно связана с “приближением к рукам” кого-либо и с навязыванием кому-либо определённых установок.

Для текстов новостных передач характерны такие манипулятивные приёмы, как:

— замена слова, имеющего негативную коннотацию, на другое слово, с похожим лексическим значением, но не успевшим обрести отрицательный оттенок. Например: “Это не столько *реформа*, сколько *оптимизация*”, “В Пенсионном фонде стараются не употреблять слово *реформа*, а говорить о *совершенствовании* пенсионной системы”;

— интерпретация фактов прошлого;

— имитация обилия информации;

— последовательность подачи новостей; обычно телевизионная передача начинается с тех новостей, которые являются важными.

---

<sup>13</sup> Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж. 2001. С.52, 59-61, 66-67

<sup>14</sup> Большой психологический словарь

URL: <https://psychological.slovaronline.com/931-MANIPULYATSIYA>

— алогизм сообщения, ориентирующий аудиторию на позитивную оценку излагаемой информации. Так, по Ren TV звучала следующая новость: “Американцы не собираются их [ядерные боеголовки] уничтожать, в то время как Россия настаивает на утилизации [боеголовок]. Тем не менее [российские] военные довольны результатами визита в США. Главное — подготовить общую платформу для визита Джорджа Буша в Москву”<sup>15</sup>.

В связи с изучением феномена речевого воздействия в современной лингвистике стали использоваться два новых научных термина: “суггестивность”(суггестия) и “персуазивность” (персуазия).

Суггестивность (от лат. suggerere — внушать) представляет собой скрытое воздействие, в первую очередь словесное, наведение на мысль; такое воздействие воспринимают без критической оценки, т.е. в состоянии, когда не осуществляется или слабо осуществляется сознательный контроль. Также в научной литературе встречается понятие суггестивного или мифологического текста, текста созданного по канонам определённой мифологии и используемого для влияния на установку личности или общества в целом.

Персуазивность (от лат. persuadere — уговаривать) представлена в ситуации, когда субъект коммуникации сознательно продуцирует сообщение, которое должно повлиять на реципиента. Следует отметить, что персуазивность не сводится к риторическим приёмам; также не стоит её отождествлять с аппелятивными, директивными или императивными речевыми актами. Персуазивность как таковая носит “интегративный комплексный характер”. Точка отсчёта персуазивного процесса — речевое высказывание / текст, однако осуществление персуазивного процесса реализуется “в голове реципиента”, т.е. происходит на ментальном уровне и только тогда, когда адресат поддался “внушению” и присвоил те цели и

---

<sup>15</sup> Васильев А.Д. Некоторые манипулятивные приёмы в текстах телевизионных новостей // Политическая лингвистика. Вып. 20. Екатеринбург. 2006. С.95-115

оценки, которые были приписаны конкретным сообщениям в условиях свободы выбора.

Распространённым персуазивным приёмом считается создание семантического поля “свои” с помощью использования инклюзивного местоимения 1 лица мн. числа “мы”. Эффективность данного приёма заключается в том, что субъект и объект речевого воздействия становятся как бы одним семантическим целым.

Частым является и приём генерализации, универсальности, обобщения оценок и действий. Нередко в текстах СМИ можно встретить “универсальные суждения” вроде: “*Этого хочет весь народ. Каждый ищет свою выгоду*”<sup>16</sup>.

### 3. Риторический текст как прототип медиатекста

Как известно, современные учения об условиях и формах эффективной коммуникации берут своё начало из риторики. За два с половиной тысячелетия было создано огромное количество формул для её определения. В зависимости от актуальности тех или иных задач, которые ставило общество перед ритором, все дефиниции можно разделить на три группы, а именно:

- риторика как искусство убеждения;
- риторика как искусство говорить убедительно и красиво;
- риторика как искусство говорить красиво<sup>17</sup>.

Недаром на старинных изображениях риторика имела вид божества с лилией во рту, что символизировало красноречие, и мечом в руке — символом убеждения и власти. Это различие меча и лилии стало

---

<sup>16</sup> Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва. 2006. С.25-28, 48-50, 59

<sup>17</sup> Иссерс О.С. Речевое воздействие. Москва. 2009. С.10

определяющим в трансформации предметной области риторики и обозначило её дальнейшие образовательные перспективы<sup>18</sup>.

Для каждого из исторических периодов был характерен свой подход к риторике. Так, в Древней Греции считалось, что подлинное красноречие основывается на знании истины, т.е. сущности предмета. Об этом говорили античные философы Сократ и его ученик Платон. Им противопоставляли себя софисты, считающие, что главная цель оратора заключается не в раскрытии истины, а в убедительности, в умении представить слабое место как сильное.

Под влиянием риторического искусства Древней Греции зародилось римское красноречие. Оно достигло расцвета в последний век республики. В те времена владение ораторским словом было необходимо каждому, кто желал выступать в народном собрании, на суде или в сенате. “Человеку могут доставить наиболее высокое положение заслуги двух родов: “великого императора и великого оратора,” — так говорил величайший древнеримский оратор Цицерон<sup>19</sup>. Он же систематизировал ораторский опыт и сформулировал классическую схему создания речи.

В античной риторике выделялось пять основных этапов организации высказывания:

— *inventio*, т.е. нахождение языкового материала, изобретение того, “что сказать”. Основной инструмент языкового оформления мыслей на этом этапе — риторические фигуры и тропы;

— *dispositio*, т.е. развёртывание темы и найденного материала, его расположение, “где сказать”;

— *elocutio*, т.е. словесное оформление мысли;

— *actio hypocrisis*, т.е. исполнение, “как сказать”;

— *memoria*, техника запоминания речи.

---

<sup>18</sup> Чуешов В.И. Риторика старая и новая // Сборник статей под ред. Брюшинкина. Модели рассуждений - 4: Аргументация и риторика. Калининград. 2011. С. 97

<sup>19</sup> Марк Туллий Цицерон. Речи в двух томах. Том I. Речь в защиту Луция Лициния Мурены, 30. Москва. 1962. URL: <http://ancientrome.ru/antlittr/t.htm?a=1267350013#030>

Речевое воздействие ораторского искусства античности на аудиторию было колоссально. Как отмечает И.П. Стрельникова: “слушателей очаровывал звук слов, их сочетание, музыка речи и мастерство подачи”. По мысли исследователя, риторика входит в число тех античных наук, которые признаны как основа современного развития<sup>20</sup>.

В средние века риторика всё больше отделялась от задач убеждения, стремилась к “украшательству”, к “искусству говорить красиво”. В связи с этим риторическая традиция и исследования по аргументации начали восприниматься как схоластические. И такое мнение о риторике существовало очень долго.

В последние десятилетия XX века стали говорить о возрождении риторики как раздела теоретической мысли, а именно о *неориторике*<sup>21</sup>. По мнению А.И. Мигунова, риторика нуждается в “обновлённом” толковании, поскольку за две с половиной тысячи лет её суть существенно изменилась. Исследователь убежден в том, что функции риторики не должны сводиться лишь к убеждению и элокуции. По его мысли, главная функция, отражающая природу риторики, — эпистемическая, что значит “средство рождения мысли”, “сказывание смысла”<sup>22</sup>.

И.В. Анненкова обосновала необходимость создания новой дисциплины неориторического статуса — *медиариторики*. Эффективная политика средств массовой информации, которая привела к конструированию собственной картины мира (медиакартины мира), по мнению московского исследователя, должна быть осмыслена в полегуманитарных координатах. А риторическое осмысление бытия и его форм, базирующееся на аскиологической доминанте, может стать

---

<sup>20</sup> Седельникова С.Ф., Лю Л. Коммуникативное поведение и доминантные особенности общения народов Италии и Китая // Молодой ученый. №11. С.1771-1774.

<sup>21</sup> Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва. 2006. С.24

<sup>22</sup> Мигунов А.И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. №4. 2010. С.18-19

достаточным основанием для декодирования механизмов в формировании “медиакартины мира как картины мира квазиреальности”<sup>23</sup>. Медиариторика сегодня — область частной риторики, которая исследует теорию и искусство построения речи в сфере средств массовой коммуникации (телевидение, радио, Интернет, массовая пресса и различные виды “дисплейных” коммуникаций)<sup>24</sup>.

Ввиду того, что медиадискурс относят к персуазивно-перлокутивному типу дискурсов, возможно говорить об изначальной риторичности его текстов. А это значит, что анализ медиатекстов допустимо производить, используя категории риторики<sup>25</sup>.

#### 4. Языковые средства и стилистические фигуры, участвующие в создании речевого воздействия на аудиторию

С точки зрения выбора языковых средств реализация коммуникативного намерения возможна на всех уровнях языка: на уровне фонетики (выбор интонации), на уровне морфологии (выбор формы слова), на уровне синтаксиса (выбор моделей построения предложения, выбор синтаксических конструкций), на уровне лексики (выбор слова).

По мнению В.Е. Чернявской, большим воздействующим потенциалом обладают лексемы, в семантике которых заключена положительная оценочность. К ним она относит такие языковые единицы, как *патриотизм, борьба за свободу, качественный, эффективный, новый, лучший, уникальный, прогресс* и др. Зачастую они формируют словосочетания с

---

<sup>23</sup> Анненкова И.В. О медиариторике как о частной риторике языка СМИ. Стилистика завтрашнего дня. Москва. 2018. С.11-18

URL: <http://medialing.spbu.ru/lib/31-164.html>

<sup>24</sup> Аннушкин В.И. Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи // Медиариторика и современная культура общения: наука — практика — обучение. Сборник статей XXII Международной научной конференции. Москва. 2019. С.24

<sup>25</sup> Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект). Москва. 2012. С.11-12



наречиями, способствующими усилению позитивного признака: *очень*, *весьма* и прочими. Гиперболизация оценки может также достигаться за счёт иноязычных префиксов: - *супер* -, - *ультра* -, - *мега* -, - *экстра* - и других<sup>26</sup>. В итальянском языке с помощью них образуется абсолютная превосходная степень, например, *stramaledetto*, *ipercalorico*, *arcinoto* и т.д. А широкое употребление абсолютной формы превосходной степени, как считает Е.Л. Григорьян, свидетельствует о тенденции к экспрессивному преувеличению и создаёт определённое воздействие на аудиторию. В итальянском языке эффект усиления позитивного признака достигается так же с помощью фонеморфологического приёма — редупликации, например *bello-bello* (ит. красиво-прекрасиво)<sup>27</sup>.

Фонетические ресурсы речевого воздействия наблюдаются при изменении супraseгментных характеристик: интонации, тембра, логического ударения и скорости речи. Обычно эти ресурсы работают вместе с ресурсами невербального воздействия. Здесь, несомненно, важен фактор адресанта; умение говорящего распространять речь в индивидуальном стилистическом образе, куда войдут и своеобразие фигур речи, и отбор слов, и произношение, и жесты.

К слову, в риторике есть целый класс фигур, связанных с ритмической организацией речи. Существует даже специальная теория соединения слов — теория периода. Со временем она претерпела существенные изменения. “Изобретение” таких фигур предписывают софисту Горгию, поэтому их также называют “горгианскими”. Считается, что философ открыл первые три риторические фигуры: антитезу, изоколон и омойотелевтон. Однако с непосредственно ритмизованной прозой связаны лишь последние две.

---

<sup>26</sup> Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва. 2006. С. 29-30

<sup>27</sup> Григорьян Е.Л. Лингвистическая прагматика. Ростов-на-Дону. 2003. С.18-19.

“Отец риторики”, как называли Горгия, ставил перед собой определённую риторическую установку: “усладить” слушателя<sup>28</sup>.

Термин “фигура” употребляется достаточно широко, распространяясь иногда также и на приёмы аргументации. Приведём несколько определений риторических фигур:

Фигуры речи в стилистике — это зафиксированные обороты речи. Цель их употребления состоит в том, чтобы усилить экспрессивность высказывания<sup>29</sup>.

В античной риторике фигуры речи рассматривались ораторами как некие отклонения речи от естественной нормы, как её искусственное украшение.

В новой риторике фигура речи — средство рождения смысла, который одновременно выражает суть предмета речи. Фигура речи имеет место лишь в том случае, если этот смысл рождается в разуме адресата<sup>30</sup>.

Традиционно фигуры речи делят на фигуры мысли и словесные фигуры, хотя зачастую отнесение той или иной фигуры к этим категориям является дискуссионным. “Словесные фигуры” представляют собой необычные построения, отклоняющиеся от неэкспрессивного синтаксиса. Внутри этой категории есть разделение на фигуры прибавления, содержащие избыточные строевые единицы, фигуры убавления, заключающие в себе некоторую синтаксическую недостаточность, и фигуры размещения, основанные на инверсии и дистантном расположении элементов, которые обычно в неэкспрессивном синтаксисе стоят рядом.

К фигурам мысли относятся амплификации, связанные либо с избыточностью, либо с контрастом. Некоторые амплификации, входящие в

---

<sup>28</sup> Хазагеров Г.Г. Риторический словарь. Москва. 2009. С. 176

<sup>29</sup> Большой Энциклопедический словарь. 2000. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/281918>

<sup>30</sup> Мигунов А.И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. №4. 2010. С. 21-24

плеонастическую группу сложно отличить от фигур прибавления, поэтому они могут классифицироваться по-разному<sup>31</sup>.

Функции, выполняемые фигурами речи, сильно зависят как от контекста, так и от субстанциональных особенностей компонентов. Тем не менее считается, что в зависимости от установки автора и семантики лексических составляющих риторические фигуры могут выполнять усилительно-логическую и эмоционально-экспрессивную функции (или обе сразу)<sup>32</sup>.

Все риторические фигуры обладают потенциальной силой воздействия. Именно поэтому они являются распространённым средством создания перлокутивного эффекта. Так, персуазивными, по определению, считаются средства диалогизации и интимизации изложения, которые способствуют установлению контакта с адресатом. Эту функцию имеют риторические вопросы. Они выделяют в тексте значимые компоненты и выполняют роль экспрессивного средства активизации адресата. А такие фигуры речи, как фигуры умолчания и уступки могут способствовать не только запоминающемуся представлению аргументации, но и усилению аргументативного воздействия. Однако следует отметить, что форма аргументативного обоснования не является тождественной форме риторического обоснования. Использование формы риторического обоснования состоит в том, чтобы сказываемое обретало основания для порождения смысла, тогда как форма аргументативного обоснования предполагает обоснование приемлемости для слушающего положения, смысл которого рождается в его разуме как ответ на усилия говорящего<sup>33</sup>.

## 5. Аргументация как способ речевого воздействия в медиатекстах

---

<sup>31</sup> Хазагеров Г.Г. Риторический словарь. Москва. 2009. С.147-148

<sup>32</sup> Матвеева Т.В. Риторический практикум журналиста. Москва. 2019. С. 133-135

<sup>33</sup> Мигунов А.И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. №4. 2010. С. 15-16, 24-25

Аргументация — это методическая и тактическая деятельность по подготовке и структурированию аргументов, их обмену. В этой деятельности выделяются такие аспекты, как риторический и аксиологический, фактуальный и логический, этический и эстетический и другие. Вследствие того, что аргументация носит междисциплинарный характер, существует множество исследовательских подходов к её изучению<sup>34</sup>.

В античности в соответствии с риторическим канонами, оратор, отталкиваясь от общих мест, находил аргументы в защиту своей точки зрения. Под общими местами традиционно понимали некий инвентарь, помогающий риторике отыскать главные мысли, на которые бы могла опереться его будущая речь.

Также в античной риторике существовала теория статусов, помогающая оратору выстроить общую доказательную базу для спорных мест, которые могли стать камнем преткновения для всего доказательства<sup>35</sup>.

Конечно, вопросно-ответная форма современного ток-шоу не предполагает предварительную подготовку того мыслительного пространства, где будет размещаться речь. В медиатекстах, за исключением разве что заранее подготовленных текстов новостей, характер аргументации представляется нам более спонтанным.

На формирование теории аргументации в XX веке оказали влияние исследования о сущности аргументации не применительно к абстрактным математическим моделям, а к языковой аргументации, характерной для гуманитарных дисциплин. Такой подход к аргументации впервые сформулировал бельгийский философ и логик Хаим Перельман в работе “Новая риторика”. Хаим Перельман совместно с Люси Ольбрехт-Титекой доказали, что убеждение не должно сводиться к исключительно логическому

---

<sup>34</sup> Степаненко Г.Н., Каримов А.Р. Теория и практика аргументации. Казань. 2017. С. 10

<sup>35</sup> Хазагерев Г.Г. Риторический словарь. Москва. 2009. С. 60-61

обоснованию, поскольку существуют приёмы нелогического происхождения, убеждающие аудиторию в их корректности и приемлемости. Также становление теории аргументации в XX веке связано с именами таких голландских учёных, как Ф. ван Еемерен и Р. Гроотендорст. Исследователи предложили концепцию “прагмадиалектической теории аргументации”, в которой они рассмотрели аргументативный дискурс с точки зрения критической оценки. Предметом аргументации, по мнению исследователей, выступает “точка зрения”, выдвижение которой осмысливается через речевой акт и условие коммуникативной успешности<sup>36</sup>.

В свете информационного перенасыщения и ускорения темпов жизни всё больше возрастает интерес к “журналистике мнений”<sup>37</sup>. Ядром качественной журналистики, по мнению доктора филологических наук А.А. Тертычного, являются аналитика и публицистика, “предполагающие доказательную интерпретацию совершающихся в обществе событий, процессов, ситуаций”. При этом во втором пункте статьи 49 “Закона о средствах массовой информации” указано, что журналист должен “проверять достоверность сообщаемой им информации”<sup>38</sup>, но не написано, что он обязан доказать её достоверность.

Главное отличие журналистской аргументации от научной заключается в характере обоснования выдвигаемых тезисных положений. Журналистская аргументация нацелена на подтверждение позиции автора, тогда как научная — на поиск некой объективной истины.

Как считает А.А. Тертычный, одним из перспективных направлений изучения особенностей доказательного рассуждения в медиатекстах является изучение базовых моделей аргументации. Под понятием “модель” он подразумевает отображение совокупности устойчивых черт, которые

---

<sup>36</sup> Степаненко Г.Н., Каримов А.Р. Теория и практика аргументации. Казань. 2017. С.12-13

<sup>37</sup> <https://www.forbes.ru/sobytiya-column/231572-vo-chto-prevrashchaetsya-rossiiskaya-delovaya-pressa>

<sup>38</sup> URL: <https://rg.ru/1991/12/27/smi-zakon.html>

повторяются в каждом из явлений, образующих определённую группу. Он выделяет следующие компоненты “модели аргументации”:

- характер обосновываемого главного тезиса;
- типы аргументов, используемых для подтверждения главного тезиса публикации;
- совокупность методов аргументации.

По наблюдениям исследователя, в современных медиатекстах используются четыре устойчивые модели аргументации: фактологическая, оценочная, гипотетическая и предписательная.

Фактологическая модель аргументации реализуется в рамках задачи обоснования существования какого-либо факта, действия, события, причинно-следственной связи и т.д. Журналист обращается к такой модели аргументации, чтобы рассказать о факте, скрываемом от общества или по какой-то причине неизвестном в обществе. При этом установление новых фактов обеспечивается с опорой на уже известные и признанные достоверными факты, то есть на фактологические аргументы, среди которых выделяют следующие: факты собственных наблюдений автора, свидетельские показания, документальные данные, очевидные факты и научные факты. Среди методов, используемых авторами для осуществления доказательства какого-либо явления, — индуктивные, дедуктивные и традиционные.

Оценочная модель аргументации определяется задачей оценки, установления значимости каких-либо событий для общества. В отличие от фактологического суждения, оценочные суждения носят субъективный характер и выражают отношение адресанта к событиям и явлениям. В рамках группы оценочных суждений существует разделение на “внутренние оценки”, оценки какого-либо предмета с точки зрения его близости (в ряду подобных ему предметов) к идеалу, и “внешние оценки”, оценки какого-

либо предмета с точки зрения его пригодности для достижения внешней по отношению к этому предмету цели. Обычно оценочные суждения используют для описания “практических сфер” жизни общества: экономики, политики, промышленности, финансов и других. При этом оценочный тезис вытекает из соответствия или несоответствия фактов определённым критериям оценки, признаваемых аудиторией. Автор также может использовать в качестве аргументов оценки, сформулированные экспертами и специалистами в конкретной сфере деятельности. Наиболее распространённые методы аргументации, применяемые в оценочной модели, — индуктивные.

Гипотетическая модель аргументации связана с необходимостью для журналиста обосновать возможность того или иного явления, как в прошлом, так и в настоящем и будущем. При этом методом аргументации чаще всего выступает метод установления причинно-следственной связи между уже существующими фактами. Эта связь обуславливает возможность некоего, пока не существующего факта. Другими методами гипотетической аргументации могут выступать: экстраполяция тенденций развития обсуждаемого явления на прогнозируемый период, метод ссылки на опыт получения желаемого результата, метод аналогии и метод экспертных прогнозов специалистов в соответствующей сфере деятельности.

Предписательная модель аргументации применяется, если задача, которую ставит перед собой журналист, состоит в том, чтобы обосновать необходимость чего-либо. При этом адресант должен убедить аудиторию в том, что выполнение предполагаемых им действий приведёт к позитивному результату. Если журналист оправдывает какие-то произошедшие события, но он выстраивает свою речь так, что явными оказываются реальные позитивные последствия предписанных действий. Если речь идёт об актуальных событиях, происходящих в настоящее время, то журналистом

будут высказаны прогнозы о позитивных последствиях этого события в будущем. А если же речь идёт о будущих событиях, то им будут высказаны предположения о возможных позитивных последствиях этого события или ссылка на удачный опыт реализации схожих предписаний в других случаях<sup>39</sup>.

## **Выводы по 1 главе**

Анализ теоретических источников показал, что речевое воздействие представляет собой междисциплинарное явление, в котором присутствуют как коммуникативно-прагматическая, так и риторико-лингвистическая составляющие.

В первой главе мы представили основные методы и приёмы речевого воздействия, а также рассмотрели речевые средства и риторические фигуры, участвующие в создании речевого воздействия на аудиторию.

Также в первой главе мы выявили некоторые суггестивные и персуазивные приёмы, характерные для языков СМИ.

В заключение мы ознакомились с основными положениями теории аргументации и разобрали классификацию моделей аргументации в медиатекстах, разработанную доктором филологических наук А.А. Тертычным.

---

<sup>39</sup> Тертычный А.А. Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. №6. Москва. 2016. С. 46-54



## Глава 2.

### ОБЩИЕ И ЧАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА МЕХАНИЗМОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МЕДИАРЕЧИ

В данной главе выявляются механизмы речевого воздействия в устной публицистике Роберто Савиано, известного итальянского писателя и журналиста<sup>40</sup>. Среди них — языковые средства, персуазивные приёмы и способы аргументирования. Нам предстоит определить, какие из этих механизмов обладают наибольшей перлокутивной силой, а затем выявить специфику их выбора в итальянской среде. Также нам необходимо выделить и проанализировать общие особенности механизмов речевого воздействия и частные, характерные для речи Роберто Савиано.

#### 1. Проявление речевого воздействия на итальянскую аудиторию на грамматическом уровне

Характер грамматических явлений носит массовый характер; они в некотором роде категоризируют наше сознание, предлагая готовые модели. Это связано с тем, что грамматические явления принадлежат целым классам слов. Именно по этой причине грамматика ощутимо ограничена с точки зрения проявления речевого воздействия. Тем не менее субъект осуществляет выбор и на грамматическом уровне.

В публицистической речи Роберто Савиано мы заметили интересное с точки зрения науки о речевом воздействии употребление грамматической категории персональности, а именно — второго лица.

---

<sup>40</sup> В настоящей выпускной квалификационной работе мы не стремимся дать оценку личности Роберто Савиано и не рассматриваем его выступления с точки зрения художественной ценности. Предметом нашего исследования является исключительно техника публицистического речеведения.

В итальянском языке, как и в русском, основная функция второго лица — дейктическая, т.е. второе лицо актуализирует действия и состояния, выраженные глаголом по отношению к адресату (для ед. числа) и к адресатам (для мн. числа)<sup>41</sup>. Например<sup>42</sup>:

*E sai adesso cosa sta succedendo, Fabio?*<sup>43</sup> [02:15 - 02:16]

В данном случае речь идёт о прямом обращении к адресату, а именно — к ведущему Фабио Фацио, чтобы подогреть его интерес и привлечь его внимание к информации, которая будет изложена позднее.

Однако часто в речи Роберто Савиано второе лицо функционально используется совсем иначе. Обратимся к выдержке из материалов<sup>44</sup>:

*Innanzitutto, si deve partire da un punto: stare a casa è stare al sicuro, stare al sicuro è, quindi, tu stai proteggendo qualcosa*<sup>45</sup>. [05:41 - 05:49]

Здесь, очевидно, речь не идёт о конкретном адресате. Однако автор акцентирует второе лицо, добавляя к тому же личное местоимение “*tu*” (хотя обычно в таких случаях его опускают, поскольку на лицо указывает окончание глагола). Следовательно, послание Роберто Савиано обращено не к конкретному адресату, а к массовому, выраженному обобщённым “ты”. Такой приём характерен для рекламных текстов, так как с помощью него

---

<sup>41</sup> URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/persona\\_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/persona_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/)

<sup>42</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/05/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-65066c00-301e-41bf-8a97-168b4746d686.html>

<sup>43</sup> (ит.) И знаешь, что сейчас происходит, Фабио?

<sup>44</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>45</sup> (ит.) Прежде всего, следуют оттолкнуться от следующего размышления: находиться дома значит находиться в безопасности, стало быть, находясь в безопасности, ты уже защищаешь что-то.

происходит оказание прямого воздействия на потенциального покупателя, а также создаётся интонация непосредственного общения с ним<sup>46</sup>.

На базе Мичиганского университета с целью изучения использования второго лица было проведено девять экспериментов, в которых приняло участие почти две с половиной тысячи человек. Участникам одного из таких исследований было предложено написать о личном опыте: первая группа, состоящая из 201 человека, должна была рассказать о негативном опыте, вторая группа, в которую вошло 198 испытуемых, должна была смягчить какое-либо негативное событие из своей жизни, а третьей группе в количестве 203 субъектов предлагалось рассказать об обыденном событии, воспринимаемом участниками как нейтральное. В ходе исследования было выяснено, что второе “обобщённое” лицо было использовано хотя бы один раз в 46% случаев участниками первой группы, а также в 10% и в 3% случаев во второй и третьей группе соответственно<sup>47</sup>. Таким образом, как было показано в ходе данных экспериментов, участники чаще использовали второе лицо, вместо первого, чтобы поделиться своими мыслями или дистанцироваться от повторного переживания негативного опыта.

Схожее употребление второго лица автором можно отметить в отрывке, где он делится опытом нахождения под охраной государственной полиции в связи с угрозами, которые он получил от преступной организации “Каморра”. Роберто Савиано говорит о вынужденном одиночестве, используя второе лицо единственного числа<sup>48</sup>:

*Persino i mobili di casa cambiano, i rumori e i suoni, inizi a, come dire, a disabituarti a certi rumori e a certi suoni, inizi a recuperare tutto... una serie di tipo [di, di] di dimensioni che non avevi prima, persino gli oggetti in casa. Prima*

---

<sup>46</sup> <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-kategorii-personalnosti-v-reklame/viewer>

<sup>47</sup> <https://www.stateofmind.it/2017/04/linguaggio-seconda-persona/>

<sup>48</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

*un po' distrattamente li osservavi, li sfioravi*<sup>49</sup>. [06:21 - 06:37]

Несмотря на то, что повествование от второго лица единственного числа в приведённом отрывке функционально приближено к повествованию от первого лица единственного числа, здесь оно также имеет оттенок обобщённости, поскольку личный опыт Роберто Савиано в тот момент был близок всем итальянцам, вынужденным соблюдать режим самоизоляции.

Что примечательно, особенность применения местоимений и глаголов второго лица для обобщения или дистанцирования от негативного опыта могла быть перенята Роберто Савиано во время проживания в Нью-Йорке, следовательно, она может быть рассмотрена нами как частная, авторская. Однако следует помнить, что английский язык, являясь интернациональным, оказывает влияние не столько на речевой портрет отдельного человека, сколько на языковую ситуацию в целом.

Другой грамматической особенностью, играющей роль в создании персуазивности, является использование страдательного залога. Обратимся к примеру<sup>50</sup>:

*Hai assolutamente ragione che quella liquidità è una liquidità che se non sequestri, viene utilizzata, verrà utilizzata*<sup>51</sup>. [04:54 - 05:01]

В итальянском языке сочетание вспомогательного глагола “venire” и причастия прошедшего времени (participio passato) образует пассивную конструкцию, благодаря которой подчёркивается процесс, а не результат

---

<sup>49</sup> (ит.) Даже мебель, шум и звуки кажутся другими; ты начинаешь, как бы сказать, отвыкать от некоторых шумов и звуков, ты начинаешь по-новому видеть всё... что-то вроде нового восприятия, которым ты не обладал раньше, даже вещи ты видишь по-новому. Раньше ты сквозил взглядом по ним, едва прикасался к ним.

<sup>50</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

<sup>51</sup> (ит.) Ты совершенно прав, эти ликвидные средства такие, что, если ты не изымешь их, то их используют, будут использовать.

действия. Также она может быть использована, когда речь идёт о каком-либо действии, ставшем традицией.

Как известно, появление страдательного залога связано с потребностью говорящего сделать объект действия центральным пунктом предложения. Это достигается путём “превращения” дополнения в подлежащее и осуществления перехода глагольной формы из действительной в страдательную. При этом грамматический субъект как бы претерпевает страдание (πάφος)<sup>52</sup>. Опускание агента действия создаёт определённое речевое воздействие, поскольку адресант, используя этот приём, не называет “фигурантов” и, таким образом, снимает с себя ответственность за изложенную информацию. К тому же Роберто Савиано употребляет пассивную форму не только в настоящем времени — “viene utilizzata”, но и в будущем — “verrà utilizzata”, что только усиливает психологический эффект, потому что говорящий делает своего рода неотрашительный прогноз на будущее.

В речи Роберто Савиано часто звучит инклюзивное местоимение “noi” (ит. мы), с помощью которого осуществляется объединение в адресантной функции отправителя речи и слушателей<sup>53</sup>:

*Qui, si è fatto finta, perché il terrore era: cerchiamo di chiudere la Borsa il più tardi possibile, noi cerchiamo di portare avanti il più possibile gli affari. [04:18 - 04:27]<sup>54</sup>.*

Причём это “мы” включает в себя не только адресанта и адресатов (жителей Италии), но и саму Италию (как метонимию государства), поскольку

---

<sup>52</sup> URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz\\_efron/97616/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/97616/)

<sup>53</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>54</sup> (ит.) Здесь же создали видимость, потому что боялись: мы стараемся закрыть биржу труда как можно позже, мы стараемся вести дела как можно дольше.

процессы, описываемые Роберто Савиано, проистекают на высшем уровне. И даже более: эта инклюзивность распространяется на всё Европейское сообщество, потому что дальше речь идёт о страхе, охватившем ЕЭС в связи с изоляцией и прекращением деловой активности.

Схожий приём осуществляется с помощью притяжательного прилагательного “*nostro*” (ит. наш), как, например, в этом случае:

*...ma comprendere che i meccanismi del profitto stanno legalmente e illegalmente continuando sempre di più è parte della nostra salvezza*<sup>55</sup>. [09:11 - 09:20]

Здесь, как и в предыдущем примере, создаётся семантическое поле “свои”, в результате чего субъект и объект речевого воздействия воспринимаются как единое семантическое целое.

Другая характерная особенность речи Роберто Савиано — широкое использование суперлатива, а в особенности, формы абсолютной превосходной степени (*superlativo assoluto*)<sup>56</sup>:

*Purtroppo, tantissimo, Fabio. Innanzitutto, il mercato... per esempio, il narcotraffico si è fermato per le strade, ma è effettissimo nei movimenti. I controlli sono praticamente diminuiti del 50-70% nei porti internazionali e, qui, dicono, riguarda la questione solo l'Italia e, quindi, stanno investendo moltissimo, si stanno muovendo moltissimi carichi*<sup>57</sup>. [08:05 – 08:28]

---

<sup>55</sup> (ит.)... но понимание того, что механизмов по легальному и нелегальному наращиванию прибыли становится всё больше, является частью нашего спасения.

<sup>56</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>57</sup> (ит.) К сожалению, работает очень усердно, Фабио. Прежде всего, рынок сбыта наркотиков... например, на улицах больше не ведётся наркоторговля, но каналы распространения наркотиков работают очень эффективно. Проверки наркоконтроля в международных портах снизились на 50-70%, хотя здесь говорят, что это проблема касается только Италии; таким образом, в рынок наркотиков инвестируют очень много, перевозят огромное количество партий наркотиков.

В этом небольшом отрывке использовано два наречия (*tantissimo*, *moltissimo*) и два прилагательных (*effettissimo*, *moltissimi*) в абсолютной превосходной степени. Здесь важно указать на то, что в итальянском языке существуют две формы абсолютной превосходной степени: синтетическая и аналитическая. В первом случае осуществляется добавление суффикса – *issimo* – к основе прилагательного, а во втором перед прилагательным ставится наречие “*molto*”. Считается, что синтетическая форма обладает большей экспрессивной выразительностью, нежели аналитическая, и свидетельствует об уверенности говорящего в справедливости и истинности высказываемых суждений<sup>58</sup>.

## 2. Проявление специфики выбора лексических средств для реализации речевого воздействия на итальянскую аудиторию

Тексты новостной журналистики, как это было сказано ранее в I главе, отражают реальную конкретную ситуацию, сложившуюся в обществе. Предметом бесед Роберто Савиано и телеведущего Фабио Фацио в рамках спин-оффа ток-шоу “*Che tempo che fa*” являются последствия самоизоляции для человека, влияние коронавируса на экономическую обстановку в стране, а также мафия и миграция.

Согласно наблюдениям итальянского социолингвиста Веры Гено, пандемия COVID-19 оказывает существенное воздействие на современный итальянский язык: появляются неологизмы, происходят сдвиги в значениях слов, в повседневной речи всё чаще звучат медицинские термины, семантические поля слов расширяются и др.

Так, Вера Гено отмечает, что произошёл сдвиг в семантическом поле “*la bella stagione*” (ит. хорошая погода): ранее семантическое поле “хорошая

---

<sup>58</sup> URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo\\_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo_(Enciclopedia-dell'Italiano)/)

погода” включало в себя лексические единицы, значение которых было связано с путешествиями, с активным отдыхом на природе, теперь же в это семантическое поле добавились лексические единицы, отражающие домашний быт и сферу семейных отношений<sup>59</sup>. Рассмотрим это явление на примере диалога Роберто Савиано и Фабио Фацио<sup>60</sup>:

Roberto Saviano:

*Posso dire anche di essere riuscito negli anni a costruire uno spazio. E tutto cambia ed è anche interessante osservare. Persino i mobili di casa cambiano, i rumori e i suoni, inizi a, come dire, a disabituarti a certi rumori e a certi suoni, inizi a recuperare tutto... una serie di tipo [di, di] di dimensioni che non avevi prima, persino gli oggetti in casa. Prima un po' distrattamente li osservavi, li sfioravi. Iniziano ad avere una nuova dimensione.*

Fabio Fazio:

*Famoso viaggio dentro la mia stanza, no?*<sup>61</sup> [06:13 - 06:43]

Речевое воздействие на аудиторию достигается благодаря тому, что предметы комнатной обстановки у слушателей начинают ассоциироваться не с ограничением пространства, а, наоборот, с его увеличением. Такой эффект создаётся за счёт использования слова “*dimensione / dimensioni*”, которое в

---

<sup>59</sup> URL: [https://www.wired.it/play/cultura/2020/05/02/coronavirus-cambiamenti-lingua-pandemia/?refresh\\_ce=](https://www.wired.it/play/cultura/2020/05/02/coronavirus-cambiamenti-lingua-pandemia/?refresh_ce=)

<sup>60</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>61</sup> (ит.) Роберто Савиано:

Я также могу сказать, что за эти годы мне удалось выстроить некое пространство. Всё выглядит иначе, и за этим интересно наблюдать. Даже мебель, шум и звуки кажутся другими; ты начинаешь, как бы сказать, отвыкать от некоторых шумов и звуков, ты начинаешь по-новому видеть всё... что-то вроде нового восприятия, которым ты не обладал раньше, даже вещи ты видишь по-новому. Раньше ты сквозил взглядом по ним, едва прикасался к ним. Они начинают приобретать новое значение.

Фабио Фацио:

Ставшее популярным “путешествие по комнате”, да?



широком смысле (см. Трессани пункт 2) соотносится с такими понятиями, как протяжённость, расширение и развитие<sup>62</sup>.

Также Вера Гено указывает, что выражения, связанные по смыслу с необходимостью нахождения в замкнутом пространстве, всё чаще приобретают негативную коннотацию, поскольку в сознании людей изоляция ассоциируется с тюремным заключением, которое в свою очередь воспринимается исключительно как наказание, ограничение личной свободы.

Приведем высказывание Роберто Савиано в подтверждение этого тезиса:

*L'ossessione, ma anche nella Comunità Europea, è stata questa, cioè chiudersi significa isolarsi. Non dovrebbe essere così, dovrebbe essere il contrario: chiudersi significa salvare, ma per farlo devi essere certo che dall'altra parte ti sosterranno<sup>63</sup>. [04:28 - 04:44].*

В первом предложении глаголы “*chiudersi*” (ит. не выходить из дома) и “*isolarsi*” (ит. самоизолироваться) приобретают негативную оценку, поскольку в их определяемое слово, “*ossessione*” (ит. страх), изначально заложена негативная оценочность. Во втором предложении автор заменяет глагол “*isolarsi*” (ит. самоизолироваться) на глагол, обладающий исключительно положительной семантикой “*salvare*” (ит. спасти). Таким образом, глаголы “*chiudersi*” (ит. не выходить из дома) и “*salvare*” (ит. спасти) начинают выступать в роли контекстных синонимов, и в сознании адресата формируется более благоприятное отношение к конкретной ситуации, связанной с пандемией, а именно — к необходимости соблюдать

<sup>62</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/dimensione>

<sup>63</sup> (ит.) Суть страха, который охватил мир и, в частности, Европейское сообщество, такова: не выходить из дома значит самоизолироваться. Так не должно быть, должно быть иначе: не выходить из дома значит спасти жизни других людей, но чтобы сделать это, ты должен быть уверен, что другие люди тебя поддержат.

режим самоизоляции. Отчасти такой перлокутивный эффект достигается ещё и потому, что автор использует риторическую фигуру, основанную на повторе синтаксической конструкции, но об этом мы подробнее поговорим в следующем параграфе.

Также Роберто Савиано часто использует в речи генерализацию, приём обобщения действий и оценок. Приведём пример<sup>64</sup>:

*Quello che voglio dire è che il capitalismo contemporaneo ha creato la difficoltà che ogni Stato sta vivendo per arginare il problema*<sup>65</sup>. [03:46 – 03:54]

Неопределённое прилагательное “ogni” (ит. каждый, всякий, любой) представляет собой прилагательное обобщённой семантики, другими словами, “квантор общности”. Отсутствие конкретного референта в фразе добавляет суждению оттенок универсальности. Носитель языка привык воспринимать генерализующие высказывания как языковую оболочку, наполнением которой являются универсальные, а значит и применимые к ряду однотипных ситуаций, суждения. Языковая форма, таким образом, имплицитно воздействует на сознание адресата и создаёт условия для фидеистического восприятия информации<sup>66</sup>.

Также автор часто формулирует генерализующие высказывания с помощью местоимения обобщённой семантики “tutti” (ит. все) и наречия “mai” (ит. никогда):<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>65</sup> (ит.) Я хочу сказать, что современный капитализм вызвал трудности, с которыми столкнулось каждое государство, чтобы бороться с проблемой.

<sup>66</sup> URL: <https://medialing.ru/generalizuyushchie-vyskazyvaniya-kak-sredstvo-manipulirovaniya-soznaniem-massovogo-adresata/>

<sup>67</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

*Tutti sapevano della pericolosità di Ebola, tutti certi che non sarebbe mai arrivata negli Stati Uniti, con la Cina qualcosa non ha funzionato nel senso che si è detto “ma non sarà mai così grave, ma in fondo cosa sarà”*<sup>68</sup>. [00:53 – 01:09]

В данном случае генерализация играет большую роль в построении аргументации. Говорящий, используя метод аналогии, проводит параллель между восприятием людьми опасности, связанной с распространением Эболы и китайского коронавируса.

Другой особенностью речи Роберто Савиано является широкое использование утвердительных модальных наречий (*avverbi di valutazione*)<sup>69</sup>, призванных для передачи отношения говорящего к сказанному. Используя такие лексемы, как “*sicuramente*”, “*ovviamente*”, “*certamente*”, “*esattamente*”, “*davvero*”, “*appunto*” автор даёт оценку достоверности пропозиции. Рассмотрим пример<sup>70</sup>:

*Non è un elemento secondario. Ovviamente, lo è, di fronte al sopravvivere che è l'imperativo, ma comprendere che i meccanismi del profitto stanno legalmente e illegalmente continuando sempre di più è parte della nostra salvezza*<sup>71</sup>.

[09:04 – 09:20]

Это высказывание отчасти напоминает приём, характерный для художественной литературы, а именно — внутренний спор-монолог героя. В вышеуказанном примере говорящий намеренно высказывает два противоположных мнения, а затем соглашается с одним из них, усиливая

---

<sup>68</sup> (ит.) Все знали об опасности Эболы, все были уверены, что она никогда не попадёт в США, с коронавирусом же что-то пошло не так, в том смысле, что все говорили сами себе «ну не будет же он таким опасным, что в самом деле случится».

<sup>69</sup> URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/avverbi-di-valutazione\\_%28La-grammatica-italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/avverbi-di-valutazione_%28La-grammatica-italiana%29/)

<sup>70</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

<sup>71</sup> (ит.) Это не второстепенный элемент. Конечно, именно что второстепенный по сравнению с выживанием, которое сейчас играет первостепенную роль, но понимание того, что механизмов по легальному и нелегальному наращиванию прибыли становится всё больше, также является частью нашего спасения.

свою позицию путём добавления лексической единицы, связанной по значению с выражением уверенности в истинности утверждаемого.

### 3. Особенности выбора риторических фигур для реализации речевого воздействия на итальянскую аудиторию

Проанализировав выступления Роберто Савиано, мы пришли к выводу о том, что одной из самых часто используемых автором риторических фигур является синтаксический параллелизм, расположение тождественных или сходных по грамматической и семантической структуре элементов речи в смежных частях текста<sup>72</sup>.

Синтаксический параллелизм всегда участвует в организации периода, сложного синтаксического целого, объединённого с помощью лексических, морфологических, синтаксических, ритмомелодических и риторических средств<sup>73</sup>.

Синтаксический параллелизм чаще всего рассматривается исследователями как явление экспрессивного синтаксиса. Так, Э.М. Береговская указывает на то, что синтаксический параллелизм относится к группе фигур равновесия и уподобления, призванных усиливать экспрессивность текста за счёт симметричности<sup>74</sup>. И эта симметричность достигается за счёт повтора.

В уже рассмотренном нами ранее примере использование синтаксического параллелизма подчёркивает и усиливает смысловой контраст, создание которого способствует смягчению негативного восприятия аудиторией действия, выраженного глаголом *“isolarsi”*:

---

<sup>72</sup> URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/668958>

<sup>73</sup> Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / Под ред. Т. А. Ладыженской и А.К. Михальской. Москва. 1998. С.214-215

<sup>74</sup> Береговская Э.М. Экспрессивный синтаксис. Смоленск. 1984. С.89

*L'ossessione, ma anche nella Comunità Europea, è stata questa, cioè chiudersi significa isolarsi. Non dovrebbe essere così, dovrebbe essere il contrario: chiudersi significa salvare, ma per farlo devi essere certo che dall'altra parte ti sosterranno<sup>75</sup>. [04:28 - 04:44].*

Проанализируем следующий пример использования синтаксического параллелизма:

*Sì, sai, non si era mai fermata, però, hai semplice ragione: avevi bisogno di fare la spesa, non avevi i soldi, usura, avevi bisogno di pagare il mensile agli operai e agli impiegati fermi, usura, avevi bisogno di danaro, perché devi reggere, usura<sup>76</sup>. [00:46 - 01:14]*

В данном случае речь идёт о полном синтаксическом параллелизме. Чтобы акцентировать внимание слушателей на своих словах, автор использует конструкцию, основанную на механизме компрессии синтаксической структуры, что приводит к сокращению протяженности предложения и ускорению его темпа. В теории, полное предложение должно было бы выглядеть следующим образом: *avevi bisogno di fare la spesa, non avevi i soldi, ti rivolgevi all'usura* и далее по аналогии. К тому же автор делит речевой поток на смысловые отрезки, делая паузу перед дополнением “usura” и выделяя его с помощью логического ударения. Использование механизма паузации здесь неслучайно: считается, что люди

---

<sup>75</sup> (ит.) Суть страха, который охватил мир и, в частности, Европейское сообщество, такова: не выходить из дома значит самоизолироваться. Так не должно быть, должно быть иначе: не выходить из дома значит спасти жизни других людей, но чтобы сделать это, ты должен быть уверен, что другие люди тебя поддержат.

<sup>76</sup> (ит.) Да, ты знаешь, ростовщики никогда не прекращали свою деятельность, но ты, конечно, прав: тебе нужно было делать покупки — ты обращался к ростовщикам, у тебя не было денег — ты обращался к ростовщикам, тебе было необходимо платить зарплату работникам и служащим, вынужденным соблюдать режим изоляции, — ты обращался к ростовщикам, тебе нужны были деньги, чтобы выжить, — ты обращался к ростовщикам.

лучше воспринимают и запоминают фразовые отрезки, продолжительность которых составляет не больше пяти-семи элементов<sup>77</sup>.

В речи Роберто Савиано также часто звучит анафора (единоначатие), фигура речи, основанная на повторе начальной части речевых единиц в соотносительных фрагментах текста. В основе анафоры может лежать единица любого из языковых уровней, но нас больше всего интересует лексико-грамматическая анафора, более характерная для публицистического текста, нежели фонетическая или морфемная<sup>78</sup>.

О воздействии анафоры на слушателей писали ещё в античности. Так, анонимный автор древнеримского сочинения “Риторика для Геренния” полагал, что анафору нужно употреблять “как для украшения, так и для усиления речи”. А римский оратор Квинтилиан считал, что анафора служит для выражения резкости и настойчивости<sup>79</sup>.

Обратимся к тексту<sup>80</sup>:

*Le organizzazioni criminali investono ovunque e trovano alleanza nel sistema finanziario tedesco, nell'imprenditoria tedesca. Quindi, non pensare di stare sullo stesso territorio è un errore. L'Europa è una catena, e una catena misura la sua forza dalla tenuta dell'anello più debole. Non comprendere questo ci porta già al disastro, cioè nella fase 2 le mafie si prendono tutto se non interveniamo ora<sup>81</sup>.*  
[03:58 - 04:27]

---

<sup>77</sup> Букреева О.В. Экспрессивный синтаксис современного итальянского языка: парцелляция. // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. Уфа. 2017. С. 172-173

<sup>78</sup> Хазагеров Г.Г. Риторический словарь. Москва. 2009. С. 161-162

<sup>79</sup> Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. /Под ред. Т. А. Ладыженской и А.К. Михальской. Москва. 1998. С. 18-19.

<sup>80</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

<sup>81</sup> (ит.) Криминальные организации инвестирует везде и находят союзников в финансовой системе Германии, в немецком предпринимательстве. Поэтому думать, что они действуют в разных странах — ошибочно. Европа — это цепь государств, а крепость цепи определяется крепостью её самого слабого звена. Непонимание этого факта ведёт нас к катастрофе, иными словами, во время второй волны пандемии мафия приберёт все к рукам, если мы не вмешаемся сейчас.

В вышеуказанном примере представлена лексико-грамматическая анафора, основанная на повторении инфинитива с отрицательной частицей. Для усиления речевого воздействия автор интонационно подчёркивает синтагму. Повтор отрицания придаёт высказыванию оттенок экспрессивности. Риторическая фигура усиливает языковые средства речевого воздействия, выраженные следующими лексемами, содержащими негативную оценочность: “*errore*” (ит. ошибка) и “*disastro*” (катастрофа). Также анафора является элементом риторического обоснования, которое заключается в том, чтобы внушить адресату мысль о необходимости вмешательства в ситуацию, связанную с распространением деятельности криминальных организаций в Европе.

Рассмотрим другой заслуживающий внимания пример использования анафоры<sup>82</sup>:

*L'inizio della pandemia è stato percepito come un'esagerazione, cioè “non è vero”, “non sta succedendo nulla”, “la Cina esagera”. Poi subito dopo la lettura è stata: “è una cospirazione”, “è un video scostruito per decimare, per costringere i poteri forti a finalmente... a poter ottenere i loro interessi senza più poter contare sul potere degli stati locali, quindi, distruggere le sovranità”. Poi c'è stata, invece, una fase di alleanza in cui è sembrato esserci una sospensione dell'interpretazione ideologica e, quindi, una collaborazione*<sup>83</sup>. [09:15 - 09:46]

Текстовый хронотип и личная позиция автора формируют общую локацию текста. Чтобы адресат хорошо в ней ориентировался, адресант

---

<sup>82</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

<sup>83</sup> (ит.) Начало пандемии восприняли как преувеличение, иными словами, все говорили «это неправда», «ничего серьезного не происходит», «Китай преувеличивает». Затем спустя совсем немного времени интерпретация пандемии была следующей: «это конспирация», «это видео сфабриковали для того, чтобы срезать верхушку власти, чтобы заставить её наконец... чтобы она смогла добиться личной выгоды, не полагаясь на власть штатов, то есть, чтобы уничтожить верховную власть». Затем наступил период соглашений, в который, как кажется, произошло смягчение идеологической интерпретации, и это стало началом для сотрудничества.

использует лексическую анафору, основанную на повторе наречия “*poi*” (ит. затем), служащего для выражения хронологической последовательности. Выделение композиционно значимых частей текста и организация минимальных содержательных фрагментов текстов в смысловые блоки являются реализацией логической функции анафоры.

Экспрессивность синтаксиса в итальянском языке может достигаться с помощью инверсии или обособления. Нарушение прямого порядка слов происходит в связи с необходимостью изменения акцентных качеств предложения или даже в связи с необходимостью изменения структурной характеристики предложения, однако с сохранением структурных свойств предложения как синтаксической единицы<sup>84</sup>.

Автор часто использует инверсию, чтобы подчеркнуть смысл, вкладываемый в предложение, акцентировать внимание слушателей на определённой информации<sup>85</sup>:

*I suoi ritardi, li deve far dimenticare*<sup>86</sup>. [10:21 - 10:24]

Обычный порядок слов для итальянского языка — подлежащее-сказуемое-дополнение: *Deve far dimenticare <ai nemici> i suoi ritardi*. Такой переход от темы к реме считается стилистически нейтральным. Здесь же, в искомой фразе, акцент смещается на действие, на каузативную конструкцию “*far dimenticare*”, которая начинает выступать в качестве ремы.

Также Роберто Савиано использует риторический вопрос, фигуру мысли, ориентированную на аргументацию<sup>87</sup>:

---

<sup>84</sup> Букреева О.В. Экспрессивный синтаксис современного итальянского языка: парцелляция. // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. Уфа. 2017. С.172

<sup>85</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

<sup>86</sup> (ит.) Свои промедления, он должен сделать так, чтобы о них забыли.

<sup>87</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>



*Com'è possibile una discrepanza così grande?*<sup>88</sup> [01:26 – 01:31]

В вышеуказанном примере риторический вопрос не только акцентирует внимание аудитории на проблеме, но и является своеобразной опорой для построения аргументации. Ведь, как известно, с точки зрения логики обычные вопросы не являются суждениями, поскольку они ничего не утверждают и не отрицают, тогда как риторические вопросы могут рассматриваться в качестве суждений<sup>89</sup>.

#### 4. Характерные особенности изложения авторской позиции Роберто Савиано

Мы проанализировали тексты и выявили одну примечательную особенность выражения позиции автора. Она заключается в том, что его аргументация часто строится на вопросно-ответной форме изложения и носит индуктивно-дедуктивный характер<sup>90</sup>:

*L'usura ha un meccanismo in questi mesi davvero subdolo [1]: ha abbassato gli interessi, a volte gli interessi sono 400 percento ogni tre mesi, 500 percento. Adesso li hanno abbassati: 10 percento, 5 percento. A volte non chiedono neanche interessi [2]. Perché? [3] Perché finita la pandemia, si prenderanno quello che vorranno [4]*<sup>91</sup>. [01:47 - 02:12]

---

<sup>88</sup> (ит.) Как возможно такое большое несоответствие?

<sup>89</sup> Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. /Под ред. Т. А. Ладыженской и А.К. Михальской. Москва. 1998. С. 206

<sup>90</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/05/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-65066c00-301e-41bf-8a97-168b4746d686.html>

<sup>91</sup> (ит.) В эти месяцы ростовщики используют действительно хитрую уловку [1]: они понизили проценты, бывало, что проценты достигали 400 каждые три месяца или 500. А теперь их понизили: 10 процентов, 5 процентов А порой они дают деньги без процентной надбавки [2]. Почему? [3] Потому что, когда пандемия закончится, они заберут себе то, что захотят [4].

Говорящий выдвигает тезис [1], затем приводит теоретические рассуждения и иллюстративные примеры в подтверждение своего тезиса [2], после чего задает вопрос [3] и отвечает на него заключительным суждением, которое содержит общий вывод [4]. Такой приём зафиксирован в науке как объективизация. Она служит для высвечивания отдельных сторон главного вопроса по мере развертывания текста. Смена утвердительной интонации на вопросительную помогает привлечь внимание слушающего и восстановить с ним ослабший контакт. Объективизация переняла черты сократического диалога, распространённого приёма, использовавшегося античными философами для поиска истины. Сократический диалог так же строился на вопросно-ответной форме изложения, однако вместо рассредоточенной массовой аудитории вопрос был направлен мнимому собеседнику<sup>92</sup>.

С точки зрения классификации моделей аргументации, предложенной А.А. Тертычным, построение автором доказательной базы является разнообразным и включает в себя все модели. Проиллюстрируем каждую из них примерами:

#### 1. Фактологическая модель аргументации<sup>93</sup>:

Используя данную модель аргументации, автор рассказывает о факте, неизвестном широкой публике, который заключается в том, что криминальные организации замещают “социальное государство”, то есть оказывают социальную поддержку вместо государства:

*Quello che sta succedendo è che le organizzazioni criminali stanno sostituendo lo stato del welfare*<sup>94</sup>. [05:19 – 05:28]

---

<sup>92</sup> Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. Учебник для вузов. С.264-286

URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/Gray/](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Gray/)

<sup>93</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

Затем он приводит такие фактологические аргументы, как собственные наблюдения и фотоматериалы:

*Possiamo mostrare le foto dei cartelli messicani che danno pacchi alle... ecco qui... Quelle persone, quei personaggi che si mettono quei passamontagna sono membri dei cartelli*<sup>95</sup>. [05:38 - 05:52]

На фотографиях изображены члены наркокартелей, передающие еду бедным семьям. Используя эти материалы в качестве доказательств, автор рассказывает, в чём заключается реальная цель социальной поддержки, оказываемой мафией простому населению:

*...fornisce cibo alle famiglie e, tra l'altro, lo sta facendo con un duplice obiettivo: da un lato, sostenere famiglie povere per farsi propaganda... infatti, queste sono foto spesso pubblicate dai giornali che sono soliti diffondere notizie dei cartelli o sui cartelli*<sup>96</sup>. [05:57 - 06:16]

а также:

*...non far stare le persone in giro, quindi, non far ammalare i loro territori*<sup>97</sup>. [06:31 - 06:37]

В заключение аргументации автор делает обобщённый вывод:

---

<sup>94</sup> (ит.) Вот что сейчас происходит: криминальные организации замещают “социальное государство”.

<sup>95</sup> (ит.) Мы можем показать фотографии людей из мексиканских наркокартелей, передающих посылки... а вот и фото... эти люди, эти типы в подшлемниках — члены наркокартелей.

<sup>96</sup> (ит.) ...наркокартель снабжает едой семьи, и, кстати сказать, делает он это с двойной целью: с одной стороны, поддержать бедные семьи, чтобы сделать себе рекламу... на самом деле эти фотографии часто печатают в журналах, которым свойственно распространять новости наркокартелей или о наркокартелях.

<sup>97</sup> (ит.) не заставляя людей ходить туда-сюда, иными словами, не способствовать заражению своих территорий.

*Quello che lo Stato non è riuscito a fare, loro lo stanno facendo per consenso, queste persone domani saranno disposte a scambiare voti, favori e, dall'altro lato, anche per contenere la pandemia nei loro territori*<sup>98</sup>. [06:38 - 6:53]

## 2. Оценочная модель аргументации<sup>99</sup>:

Во всех представленных в речи автора моделях аргументации этого вида присутствует “внешняя оценка”, тогда как “внутренняя оценка” отсутствует. Это связано с нацеленностью рассмотренных нами медиатекстов на область “практических сфер” жизни, а не на оценивание событий в области культуры и искусства.

*Il dato ORDO è impressionante: il 60 per cento di morti sono afroamericani e ispanoamericani. Il 22 per cento della popolazione, però, è afroamericana e il 29 per cento solo della popolazione ispanoamericana*<sup>100</sup>. [11:33 - 11:50]

Автор оспаривает слова ведущего о том, что в Америке от коронавируса умирают главным образом афроамериканцы и латиноамериканцы, живущие в бедных кварталах. За основу критерия оценки берётся смертность. В качестве уже сформулированных экспертных оценок автор приводит данные “ОРДО”, научного ежегодного издания, публикующего статьи в области экономических и социальных наук. Однако одна лишь статистика, приводимая ежегодником, не может послужить аргументом в пользу оценочного тезиса, потому что она не учитывает общий состав населения, поэтому автор также ссылается на данные о численности

---

<sup>98</sup> (ит.) То, что государству не удалось сделать, они делают для получения одобрения, эти же люди завтра будут готовы голосовать друг за друга, обмениваться услугами, а с другой стороны, они это делают, чтобы сдерживать распространение коронавируса на своих территориях.

<sup>99</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

<sup>100</sup> (ит.) Данные издания “ОРДО” впечатляют: 60 процентов умерших — афроамериканцы и латиноамериканцы. Однако афроамериканцы составляют только 22 процента от численности населения, а латиноамериканцы — 29 процентов.

афроамериканцев и латиноамериканцев в Америке. После чего автор подытоживает:

*La pandemia non è una livella. Non è vero che prende ricchi e poveri, colti e ignoranti. Non è vero*<sup>101</sup>. [11:51 - 11:58]

*Nel senso è quello che voglio dire, che poi nella realtà dei fatti prende chi è esposto*<sup>102</sup>. [12:01 - 12:06]

### 3. Гипотетическая модель аргументации<sup>103</sup>:

Эта модель аргументации одна из наиболее характерных для речи Роберто Савиано. Чаще всего он использует её, размышляя о будущем. Так, в одном из своих рассуждений Роберто Савиано указывает на стратегию, выработанную членами мафии и потенциально применимую ими в ходе судебного расследования:

*Devi aver visto la notizia del reddito di cittadinanza che è andato anche ai figli di grandissimi narcotrafficienti. È controintuitivo, perché il primo pensiero era “ma che se ne fa il figlio di Pannunzi, uno dei più grandi narcotrafficienti viventi, sposato alla figlia di uno dei più grandi narcotrafficienti colombiani. Perché chiede il reddito di cittadinanza”?*<sup>104</sup>[06:41 - 07:04]

---

<sup>101</sup> (ит.) Пандемия не уравнивает всех. Неправда, что она забирает богатых и бедных, образованных и необразованных. Неправда.

<sup>102</sup> (ит.) В смысле, в действительности она забирает тех, кто предрасположен к COVID-19, вот что я хочу сказать.

<sup>103</sup> <https://www.raiplay.it/video/2020/05/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-65066c00-301e-41bf-8a97-168b4746d686.html>

<sup>104</sup> (ит.) Ты, должно быть, видел новость о том, что минимальный гарантированный доход был получен также и сыновьями крупных наркоторговцев. Это нелогично, потому что первая мысль, которая приходит в голову “но что с этим доходом будет делать сын Паннунци, сын одного из самых крупных ныне живущих наркоторговцев, женившийся на дочери одного из самых влиятельных колумбийских наркоторговцев. Зачем ему этот минимальный гарантированный доход?”

В данном фрагменте автор рассказывает о реально существующем факте: о получении сыном наркоторговца Паннунци минимального гарантированного дохода.

Далее говорящий предлагает слушателям возможную ситуацию, объясняющую и иллюстрирующую цель получения криминальными элементами минимального гарантированного дохода:

*Quando è di fronte al tribunale, lui dirà che non è vero nulla, che lui è nullatenente, che non possiede niente. Dirà: ho persino chiesto il reddito di cittadinanza come prova che è tutto una macchinazione politica dei giornalisti che si inventano che sono narcotrafficante e che, invece, sono costretto a prendere i soldi come tutti*<sup>105</sup>. [07:07 - 07:27]

Эта гипотетическая модель построена с помощью таких методов аргументации, как аналогия и метод ссылки на существующий опыт. Так, например, в сицилийском городе Катания на момент выступления Роберто Савиано уже был подобный случай.

#### 4. Предписательная модель аргументации<sup>106</sup>:

В речи Роберто Савиано предписательная модель аргументации встречается реже всего, и во всех случаях задача аргументатора состоит в том, чтобы обосновать необходимость совершения определённого действия.

*E poi devi cercare di non allungare, ma allargare la dimensione. Le cose cambieranno. C'è una buona notizia che vi posso assicurare: nel tempo migliora, cioè ci si abitua. Non peggiora*<sup>107</sup>. [05:54 - 06:07]

---

<sup>105</sup> (ит.) На суде он скажет, что всё неправда, что он неимущий, что он ничем не владеет. Он скажет: “Я даже попросил минимальный гарантированный доход, чтобы доказать, что всё это политическая махинация журналистов, которые выдумывают, что я наркоторговец, тогда как я вынуждать брать деньги так же, как и все”.

<sup>106</sup> URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

Журналист убеждает аудиторию, что надо смотреть иначе на ситуацию, связанную с самоизоляцией, что “новое” восприятие вынужденных мер неизбежно приведёт к позитивному результату. В качестве метода аргументации Роберто Савиано ссылается на личный опыт. Дело в том, что автор уже на протяжении четырнадцати лет находится под охраной государственной полиции. Приведём его слова:

*Ho imparato [ho imparato] ascoltando in questi anni, ascoltando dei carcerati, ascoltando delle persone malate, ascoltando... ho cercato di far esperienza dalle persone che vivevano condizioni simili alla mia. Innanzitutto, si deve partire da un punto: stare a casa è stare al sicuro, stare al sicuro è, quindi, tu stai proteggendo qualcosa<sup>108</sup>. [05:29 - 05:49]*

## **Выводы по главе 2**

В данной главе нами было проанализировано три выпуска телепередачи “Che tempo che fa” с точки зрения использования средств создания речевого воздействия на аудиторию на уровне грамматики и лексики. Также мы рассмотрели основные риторические фигуры, используемые автором для выражения экспрессии и формирования логической цельности высказываний. Напоследок мы выявили модели аргументации, характерные для речи Роберто Савиано.

Проявление речевого воздействия на грамматическом уровне осуществлялось за счёт использования второго лица единственного числа (вне его основной, дейктической функции), пассивной формы без указания на агенса, инклюзивных местоимений и прилагательных второго лица

---

<sup>107</sup> (ит.) И потом, ты должен стараться не растягивать, а расширять пространство. Всё изменится. Есть хорошая новость, которую я вам гарантирую: со временем станет лучше, иными словами, мы привыкнем. Хуже не будет.

<sup>108</sup> (ит.) Я научился... [научился], слушая все эти годы, слушая рассказы заключённых, слушая больных людей... слушая... Я постарался набраться опыта у людей, которые живут в условиях, схожих с моими. Прежде всего, следуют оттолкнуться от следующего размышления: находиться дома значит находиться в безопасности, стало быть, находясь в безопасности, ты уже защищаешь что-то.

множественного числа в составе категории лица, а также использования абсолютной превосходной степени прилагательных и наречий. Поделимся некоторыми существенными наблюдениями:

Нами было отмечено, что автор использовал второе лицо не только для обращения к ведущему, но и для того, чтобы поделиться собственным опытом со слушателями (то есть второе лицо единственного числа замещало традиционно используемое в этом случае первое лицо единственного числа) или рассказать им о какой-либо практике (второе лицо единственного числа замещало традиционно используемое третье лицо единственного числа / множественного числа). Такое специфическое употребление второго лица единственного числа было зафиксировано нами 28 раз.

Страдательный залог без указания на агенса использовался автором 8 раз, однако мы заметили, что были случаи, когда агент действия всё же указывался.

Синтетическая форма образования абсолютной превосходной степени превалировала над аналитической (8 употреблений против 1), что свидетельствовало об авторской экспрессивности и гиперболизации каких-либо свойств фактов действительности в суждениях.

Инклюзивное местоимение “noi” чаще всего опускалось. Однако стоит отметить, что объектная форма инклюзивного местоимения первого лица множественного числа “ci” употреблялась всегда (она встретилась нам 3 раза). Функцию инклюзивности также выполняли глаголы. Зафиксировано 14 случаев употребления второго лица множественного числа, в которых адресант создавал семантическое поле “свои”.

На лексическом уровне характерным оказалось употребление утвердительных модальных наречий. Мы зафиксировали 10 случаев, среди которых чаще всего встречалось наречие “davvero” — 3 раза. Что интересно,



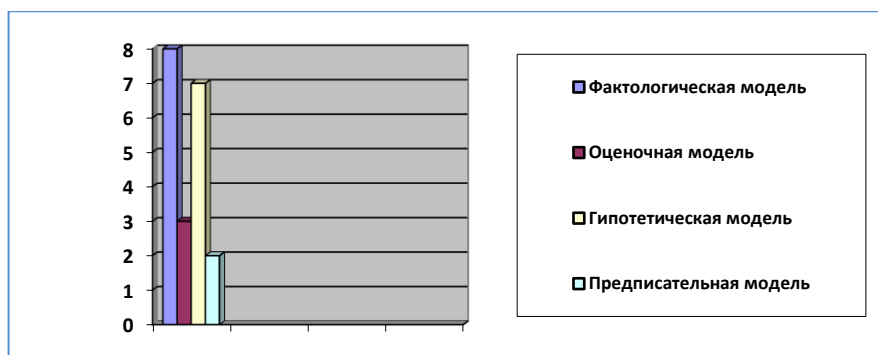
модальные наречия со значением неуверенности практически отсутствовали, за исключением наречия “quasi”.

Самая распространённая риторическая фигура в речи Роберто Савиано — синтаксический параллелизм. Он встретился нам 24 раза, при этом часто сочетался с другими риторическими фигурами, например, с анафорой или контрастом. Для создания экспрессивности автор использовал инверсию (эта риторическая фигура нам встретилась 8 раз).

В целом, речь Роберто Савиано тяготеет к аргументативному обоснованию, поэтому функция риторических фигур сводится чаще к организации пространства, нежели к выражению экспрессивности. Это можно объяснить и тем, что устная публицистика, как правило, содержит элементы “стандарта”, с помощью которого передаются значимые информационные сообщения.

Также мы проанализировали характер аргументации Роберто Савиано и выявили одну авторскую особенность — частое использование приёма объективизации (11 обоснований). В заключение мы рассмотрели медиатексты Роберто Савиано с точки зрения моделей аргументации. Обратимся к диаграмме:

Модели аргументации



Как показано на диаграмме выше, наиболее распространённая модель аргументации, используемая автором, — фактологическая (8). Это говорит о том, что обоснования тезисов Роберто Савиано в большинстве своём носили

максимально достоверный характер. Частота использования гипотетической модели (7) также довольно высока, что свидетельствует о склонности автора к составлению прогнозов и выявлению потенциально значимых событий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное общество представляет собой общество коммуникации, важной характеристикой которого является перераспределение знаний. Стремление человека упорядочить информацию и ускорить процесс её потребления, послужило стимулом для развития средств массовой коммуникации. Со временем их влияние достигло апогея, и они начали выступать в качестве общественного института, формирующего у людей определённые представления о мире и оказывающего воздействие на общество с целью оптимизации его деятельности. Вследствие этого огромное влияние получили науки, предметом изучения которых является глобальная коммуникация. Среди них особенно выделяется наука о речевом воздействии.

Результаты исследований науки о речевом воздействии напрямую зависят от субъекта коммуникации, поэтому для изучения механизмов речевого воздействия мы взяли конкретную фигуру, обладающую сильной коммуникативной позицией, а именно — современного итальянского писателя и журналиста Роберто Савиано.

В ходе исследования мы рассмотрели механизмы создания речевого воздействия на аудиторию и пришли к следующим выводам:

— одна из авторских особенностей оказания воздействия на аудиторию на грамматическом уровне — использование второго лица единственного числа вне его основной функции. Согласно нашим наблюдениям, помимо категории персональности, большим персуазивным потенциалом обладает пассивный залог. Использование пассивных конструкций оказывает воздействие на адресата, когда происходит умолкание агенса. Для создания экспрессивности на уровне грамматики автор использовал абсолютную превосходную степень прилагательных и наречий.

— на лексическом уровне речевое воздействие достигается путём использования лексических единиц, содержащих в себе позитивную оценочность (или, наоборот, негативную). Также большое влияние оказывают слова обобщённой семантики, с помощью которых формируются универсальные суждения, воспринимаемые аудиторией как истинные. Автор использует большое количество утвердительных модальных наречий, что говорит о его убеждённости в собственных словах.

— среди риторических фигур автор уделяет предпочтение тем, что строятся на параллелизме, то есть на повторе. Это способствует тому, что массовый адресат акцентируется на информации и лучше её запоминает. А такая фигура, как противопоставление, используется адресантом для порождения нового смысла в сознании адресата. Употребление риторических фигур автором способствует усилению аргументов, созданию персуазивности на уровне высказывания, а также помогает структурировать текст. Часто в речи Роберто Савиано встречаются сочетания разных риторических фигур.

— характерная черта построения аргументации Роберто Савиано — объективизация, которая служит для придания речи большей убедительности. Также автор наиболее часто использует фактологическую модель аргументации, с помощью которой достигается потенциально максимальная достоверность базового тезиса.

В заключение стоит отметить, что механизмы речевого воздействия на аудиторию, хотя и обусловлены выбором со стороны адресанта, все же показывают не только частные, но и общие тенденции в развитии современной устной итальянской публицистики.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анненкова И.В. О медиариторике как о частной риторике языка СМИ. Стилистика завтрашнего дня. Москва. 2018.
2. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект). Москва. 2012.
3. Аннушкин В.И. Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи // Медиариторика и современная культура общения: наука — практика — обучение. Сборник статей XXII Международной научной конференции. Москва. 2019. С. 23-31
4. Береговская Э.М. Экспрессивный синтаксис. Смоленск. 1984.
5. Букреева О.В. Экспрессивный синтаксис современного итальянского языка: парцелляция // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. Уфа. 2017. С. 171-175
6. Васильев А.Д. Некоторые манипулятивные приёмы в текстах телевизионных новостей // Политическая лингвистика. Вып. 20. Екатеринбург. 2006. С. 95-116
7. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. Учебник для вузов. URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/Gray/](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Gray/)
8. Григорьян Е.Л. Лингвистическая прагматика. Ростов-на-Дону. 2003
9. Дж. Л. Остин. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Перевод с английского А.А. Медниковой. Москва. 1986. С. 22-130
10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва. 2008.
11. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва. 2008.
12. Иссерс О.С. Речевое воздействие. Москва. 2009.

13. Кобозева И.М. “Теория речевых актов” как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. Основы теории речевых актов. Москва. 1986 С. 7-21
14. Кузнецова Т. И., Стрельникова И.П.. Ораторское искусство в Древнем Риме. Москва. 1976.
15. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров // Журналист. Социальные коммуникации. Москва. 2014. С.97-113
16. Марк Туллий Цицерон. Речи в двух томах. Том I. Речь в защиту Луция Лициния Мурены, 30. Москва. 1962.
17. Матвеева Т.В. Риторический практикум журналиста. Москва. 2019.
18. Мигунов А.И. Соотношение риторических и аргументативных аспектов дискурса // РАЦИО.ru. №4. 2010. С. 3-28
19. Норман Б.Ю. Лингвистическая прагматика на материале русского и других славянских языков. Минск. 2009.
20. Седелникова С.Ф., Лю Л. Коммуникативное поведение и доминантные особенности общения народов Италии и Китая // Молодой ученый. №11. С. 1171-1174
21. Степаненко Г.Н., Каримов А.Р. Теория и практика аргументации. Казань. 2017
22. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж. 2001.
23. Тертычный А.А. Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. №6. Москва. 2016. С. 46-69
24. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва. 2006.
25. Хазагеров Г.Г. Риторический словарь. Москва. 2009.

26. Чуешов В.И. Риторика старая и новая // Сборник статей под ред. Брюшинкина. Модели рассуждений - 4: Аргументация и риторика. Калининград. 2011. С. 96-108

27. Maria Rosa Capozzi. I linguaggi della persuasione: propaganda e pubblicità.

#### ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Большой психологический словарь

URL: <https://psychological.slovaronline.com/931-MANIPULYATSIYA>

2. Большой Энциклопедический словарь. 2000.

URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/281918>

3. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. 2006

URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/fc/slovar-210.htm#zag-22693>.

4. Лингвистический энциклопедический словарь.

URL: <http://tapemark.narod.ru/les/412c.html>

5. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / Под ред. Т. А. Ладыженской и А.К. Михальской. Москва. 1998.

6. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона.

[https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz\\_efron/97616/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/97616/)

7. Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti

URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/persona\\_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/persona_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/)

URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo\\_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo_(Enciclopedia-dell'Italiano)/)

URL: <https://www.treccani.it/vocabolario/dimensione>

URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/avverbi-di-valutazione\\_%28La-grammatica-italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/avverbi-di-valutazione_%28La-grammatica-italiana%29/)

8. URL: <http://medialing.spbu.ru/lib/31-164.html>
9. URL: <https://rg.ru/1991/12/27/smi-zakon.html>
10. URL: <https://www.stateofmind.it/2017/04/linguaggio-seconda-persona/>
11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-kategorii-personalnosti-v-reklame/viewer>
12. URL: [https://www.wired.it/play/cultura/2020/05/02/coronavirus-cambiamenti-lingua-pandemia/?refresh\\_ce=](https://www.wired.it/play/cultura/2020/05/02/coronavirus-cambiamenti-lingua-pandemia/?refresh_ce=)
13. URL: <https://medialing.ru/generalizuyushchie-vyskazyvaniya-kak-sredstvo-manipulirovaniya-soznaniem-massovogo-adresata/>

#### ИСТОЧНИКИ ЯЗЫКОВОГО МАТЕРИАЛА:

Видеоматериалы ток-шоу с участием Роберто Савиано на канале Rai 3:

URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/03/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-5a781965-ae8e-40e4-897f-0c2e72d9d06e.html>

URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/04/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-06531754-bb66-4d03-b840-3ee2fdc603fe.html>

URL: <https://www.raiplay.it/video/2020/05/che-tempo-che-fara-roberto-saviano-65066c00-301e-41bf-8a97-168b4746d686.html>