

*На правах рукописи*



**Дондокова Баярма Владимировна**

**ЛИНГВОТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ  
В КОНТЕКСТАХ ЭТНОАРГУМЕНТАЦИИ  
(на материале англо- и русскоязычной публицистики)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Улан-Удэ – 2015

Работа выполнена на кафедре перевода и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет»

**Научный руководитель: Каплуненко Александр Михайлович**  
доктор филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** **Буряковская Валерия Анатольевна**,  
доктор филологических наук, доцент,  
профессор кафедры английской филологии  
ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет»

**Копылова Наталья Владимировна**,  
кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры гуманитарных дисциплин и  
иностранных языков ФГБОУ ВПО  
«Иркутский государственный университет».

**Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Тихоокеанский  
государственный университет»».**

Защита диссертации состоится 17 декабря 2015 г. в 13 часов на заседании диссертационного совета Д 212.022.05 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук в ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет» по адресу: 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет» по адресу: 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова 8, ч/з диссертаций ауд. 8307 и на сайте организации [www.bsu.ru](http://www.bsu.ru).

Автореферат разослан « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук



Зырянова  
Елена Васильевна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность работы.** Аргументация в современных публицистических текстах вызывает естественный научный интерес. Публицистические тексты широко освещают едва ли не все аспекты жизни человека и общества. Они могут быть действенным средством разумного убеждения и оказывать влияние на способы разрешения важнейших вопросов общества, политики, экономики страны. Иногда коммуникация через СМИ, в том числе газетные аналитические статьи, становится последним способом донести аргументацию и повлиять на социальные или иные события.

Особое внимание привлекают механизмы, с помощью которых публицисты добиваются необходимой цели, в том числе по убеждению и воздействию. Аналитические статьи по определению подразумевают рациональное воздействие посредством аргументации. Главные ее критерии основываются на законах правильного мышления, которые являются общими для различных языков и культур. Однако естественно-рассудочная логика и этнокультурные факторы вмешиваются порой на самом глубинном уровне. В результате понятие универсальной рациональности преломляется, а механизмы рационального воздействия на аудиторию осмысливаются в новом свете – с позиций их этнокультурной данности.

Наиболее яркие особенности с точки зрения этнокультурной окрашенности проявляют аксиологические категории, погруженные в аргументативные контексты. Ценности и оценки обнаруживают в аргументации самые неочевидные, фундаментальные и контрастные этнокультурные особенности ее участников.

Настоящее диссертационное исследование посвящено комплексному изучению количественной оценки в этноаргументации. С одной стороны, выявляется и обосновывается универсальная природа этого типа оценки и одновременно средства рациональной аргументации, которая не зависит от этнической или культурной принадлежности. С другой стороны, предпринята попытка определить уникальные для российской и американской культур особенности использования ее аргументативных ресурсов в публицистике. Структура и содержание количественной оценки в аргументативных контекстах способны указывать на этнокультурные особенности коммуникантов. Сказанное выше

обуславливает актуальность исследования этнокультурных механизмов в выражении количественной оценки. Знание соответствующих особенностей необходимо для эффективной межкультурной коммуникации.

**Объект исследования** – количественная оценка как средство аргументации.

**Предмет исследования** – этнокультурные показатели количественной оценки в аргументации публицистических статей.

**Цель исследования** – определение и лингвотеоретическое описание особенностей проявления этнокультурных различий в выражении количественной оценки как средства аргументации в англо- и русскоязычных публицистических текстах.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. определить лингвотеоретические основы этнокультурного и универсального в аргументации;
2. уточнить содержание понятия «этноаргументация»;
3. определить значение ценностных категорий в аргументации;
4. изучить потенциал различных типов оценок в аргументации;
5. описать функции и особенности выражения количественной оценки в англоязычных и русскоязычных публицистических текстах;
6. объяснить этнокультурные различия в выражении количественной оценки в публицистических текстах двух культур.

**Материал исследования:** публицистические тексты на английском и русском языках таких авторитетных изданий, как «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост», «Известия», «Российская Газета», «Ведомости» и другие. В целях необходимости выявления релевантных ситуаций для характеристики особенностей количественной оценки была выбрана та сфера аргументативной коммуникации, где универсальный рациональный компонент является преобладающим и где структура аргументации находит наиболее четкое отражение. В публицистических текстах, особенно в текстах аналитических статей, аргументация строится по классическому принципу рациональности, а процент использования манипулятивных приемов довольно низкий.

**Научная новизна** проведенного исследования заключается в том, что предпринимается попытка дать теоретическое осмысление функциональных возможностей и этнокультурных особенностей

реализации количественной оценки в аргументации носителей двух культур – американской и русской. Количественная оценка отличается от всех остальных видов оценок, так как по сути не устанавливает ценностных отношений. В связи с этим ее потенциал влиять на принятие решения в аргументации, каким обладают все оценки, либо не изучался достаточно подробно, либо часто пренебрегался исследователями.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что ее результаты вносят вклад в исследование аргументации публицистических статей в контексте аксиологических категорий. В частности, теория языка прирастает фундаментальным знанием об универсальных и специфических механизмах выражения количественной оценки и применения соответствующих аксиологических стратегий в аргументативном дискурсе.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что ее результаты и положения могут быть использованы в дальнейших исследованиях аксиологических категорий в аргументации и этнокультурного аспекта аргументации, а также в практике преподавания ряда дисциплин: «Введение в теорию коммуникации», «Основы межкультурной коммуникации», «Газета», «Теория и практика аргументации».

**Теоретической базой диссертации** послужили исследования отечественных и зарубежных ученых в области аргументации (А.Н. Баранов, И.А. Герасимова, Р. Гроотендорст, Ф. ван Еемерен, А.А. Ивин, А.М. Каплуненко, А.Ю. Мордовин, Л. Ольбрехтс-Тытека, Х. Перельман, Д. Уолтон), логики (А.А. Ивин, А.О. Маковельский, Г.И. Рузавин), теории оценки (Н.Д. Аругюнова, А.Н. Баранов, Е.М. Вольф, Р.М. Хэар), лингвистики текста (И.Р. Гальперин, В. Дресслер, В. Кох, Е.С. Кубрякова), теории дискурса (А.М. Каплуненко, М. Фуко).

Для реализации поставленных задач в работе используется комплекс **методов**, сочетающий общетеоретический индуктивный метод (непосредственное наблюдение, анализ, сопоставление и классификация языковых фактов), интерпретативный метод, описательный метод, дискурс-анализ и методы аргументативного анализа.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Вопреки универсализму, преобладающему в современных теориях, аргументация в публицистике может ссылаться на этнокультурные ценности и нормы. Целесообразно выделять в

аргументации этнокультурный аспект (этноаргументацию) и рассматривать такой универсальный ее компонент, как принцип рациональности, с позиции его этнокультурного содержания. Участники аргументации опираются на этнокультурные ценностные представления и считают соответствующие аргументы приемлемыми, рациональными.

2. Аксиологические категории – оценки – имеют определенное приложение в аргументации: акт оценки ориентирован на то, чтобы повлиять на принятие решения. Исходным пунктом аксиологической процедуры оценивания уместно принять оценку по количественным параметрам. Это определяет потенциал количественной оценки в аргументации.

3. Количественная оценка – эффективный инструмент аргументации. Экстенциональная природа этой оценки способствует четкому описанию причинно-следственных связей, обеспечивает множественность аргументов (условие достаточного основания) и тождество тезиса и заключения в аргументативном высказывании.

4. Различия в выражении количественной оценки в аргументации публицистического дискурса в двух культурах – США и России – отражают этнокультурные различия на ментальном уровне. Апелляция к точным количественным показателям в аргументации – признак американского стиля мышления, который характеризуется такими свойствами, как индуктивность и аналитичность. Апелляция к неопределенно-количественным числительным, количественным местоимениям и наречиям – результат холистического мышления, которое характеризует носителей русского языка и культуры.

5. Функциональная область количественной оценки не ограничивается аргументацией. Этот тип оценки активно используется в целях манипуляции. Манипулятивный потенциал количественной оценки не находит выражения в текстах аналитических статей, однако, активно реализуется в рекламных текстах.

**Апробация основных положений работы.** По результатам проведенного исследования представлены доклады на научных конференциях всероссийского и международного уровней в Бурятском государственном университете и Иркутском государственном лингвистическом университете (в период 2010 – 2015 гг.), в частности на ежегодных научных конференциях

профессорско-преподавательского состава Бурятского государственного университета (Улан-Удэ, 2010-2015 гг.), II Международной научно-практической конференции «Иностранные языки в Байкальском регионе: опыт и перспективы межкультурного диалога» (16-18 сентября 2013 г.), Всероссийской конференции молодых ученых «Неделя науки ИГЛУ - 2014» (Иркутск, 3-6 марта 2014 г.), Всероссийской научно-практической конференции «Аспирантские чтения в ИГЛУ - 2014» (20-21 мая 2014 г.), Международной научно-практической конференции «Межкультурная коммуникация: проблемы, технологии и перспективы развития» (22-26 апреля 2015 г.). Итоги работы прошли обсуждение на кафедре перевода и межкультурной коммуникации Бурятского государственного университета. Основные положения проведенного диссертационного исследования отражены в 7 публикациях общим объемом 3,5 печатных листа, в том числе в 3 статьях, опубликованных в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК.

**Структура диссертации** определяется целью и задачами исследования. Общий объем диссертации составляет 176 страниц, из них 156 страниц основного текста. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов, заключения, списка литературы (130 наименований), списка словарей, списка источников фактического языкового материала. Количество таблиц – 2, количество рисунков – 1, количество схем – 2.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** дается обоснование актуальности выбранной темы, сформулированы цель и задачи работы, указывается теоретическая база, основные положения, выносимые на защиту, освещается научная новизна, представлены теоретическая и практическая ценность результатов исследования, характеризуются материал и методы проведенного исследования.

В **I главе «Релевантные вопросы современной теории этноаргументации»** обоснована необходимость выделения этнокультурного аспекта аргументации, или этноаргументации, в качестве отдельной области исследования.

**Параграф 1.1. «К уточнению понятия «этноаргументация»»** состоит из четырех подпараграфов.

**1.1.1. «О релевантных положениях общей теории аргументации».** В начале своего существования теория аргументации основывалась на сугубо логической теории доказательства, которая опирается на понятие истины. В середине XX в. С. Тулмин указал на ограниченность формально-логического подхода. Аргументация сместилась из области формальной логики в область прагматики и стала рассматриваться в качестве определенной человеческой деятельности, протекающей в определенном социальном контексте. Акцент был сделан на содержании аргументативных высказываний, а не на их форме. Исследователи отмечали, что в практической аргументации часто приходится иметь дело с ценностными суждениями, которые не могут быть ни истинными, ни ложными [Perelman, 1969]. При таком подходе к аргументации необходимо учитывать особенности слушателей, в том числе их ценностные установки. Это было впервые заявлено в рамках новориторического подхода, который ознаменовал собой перенос внимания аргументирующего на аудиторию.

Следующая новая парадигма в теории аргументации – прагматодialeктический подход, связанный с именами Ф.Х. ван Еемерена и Р. Гроотендорста. Аргументация рассматривается как дискуссия, участники которой стремятся разрешить различие во мнениях (дialeктический аспект). Действия по разрешению спора описываются в виде речевых актов, а дискуссия рассматривается в контексте места и времени их осуществления (прагматический аспект). Важным положением этого подхода стал принцип прагматодialeктического развертывания: в одном контексте приемы и средства аргументации могут быть рациональными, в другом - могут рассматриваться как ошибочные, иррациональные. Прагматодialeктическая трактовка этнокультурных механизмов в аргументации позволяет утверждать, что аргументы, приемлемые и убедительные для носителей одной культуры, могут не являться таковыми для носителей другой культуры.

**1.1.2. «Принцип рациональности как основание универсальной теории аргументации».** Понятие рациональности эволюционировало вместе с теорией аргументации. Находясь под влиянием жестких рамок формальной логики, рациональность предполагала, прежде всего, соответствие требованиям логики. В новориторической школе приемлемость аргумента оценивалась с точки зрения его эффективности в воздействии на аудиторию. В



утвердившейся в качестве наиболее приемлемой в настоящее время прагма-диалектической теории аргументации рациональность аргумента определяется, в первую очередь, исходя из естественно-рассудочной логики, которая весьма обусловлена влиянием культуры. В рамках данной теории вопрос о признании аргументов рациональными решается участниками аргументации и может зависеть от каждого конкретного случая.

Несмотря на свою относительность, понятие рациональности имеет незыблемые основы, которые отражают общечеловеческие закономерности мышления, закрепленные в классических законах логики. Они обеспечивают универсальный характер и корректность аргументации в любом культурном контексте.

Принцип рациональности – непереносимое условие аргументативного речевого взаимодействия. Он предполагает три условия: условие причины и следствия, условие достаточного основания и условие тождества [Каплунов, 2009]. Согласно условию причины и следствия, каждое явление природы и общества обязательно вызывается каким-либо другим явлением. Необходимый характер связи между событием-причиной и явлением-следствием обеспечивается законом достаточного основания. Условие достаточного основания гласит, что достоверными следует считать лишь те суждения, относительно истинности которых могут быть приведены достаточные основания. Соблюдение этого условия затрудняется в случае с правдоподобными суждениями, потому что они не являются истинными или ложными. Тем не менее, данные, на которые они опираются, должны всегда тщательно обосновываться. Тот аргумент, относительно истинности/правдоподобности которого приводятся самые сильные достаточные основания, оказывается наиболее предпочтительным в аргументации критически мыслящих участников. Анализ аргументативных контекстов с количественной оценкой показал, что последняя призвана обосновать правдоподобные суждения наиболее эффективным образом.

Согласно условию тождества, любое понятие или суждение в аргументации должно оставаться тем же самым по своему содержанию или смыслу. Однако в реальной речи содержание многих понятий четко не определено и допускает различные толкования. Преодоление этих трудностей может быть достигнуто за счет использования количественной оценки, так как наиболее точными являются количественные понятия, выражаемые с

помощью чисел. Например, понятие «большинства» является очень условным и относительным. То, что в одной ситуации можно считать большинством, в другой, возможно, уже не является таковым. Преодолеть эту сложность и сблизить условие тождества помогает количественная характеристика понятия «большинство», выраженная, например, количеством 64% (См. пример: «Кто виноват в разводе - большинство считают, что оба, он и она (такой ответ дали 64%)» [<http://www.rg.ru>]).

Все три условия принципа рациональности представляют собой общие для всех законы логики. Однако эти законы неизбежно преломляются через этнокультурную призму естественно-рассудочной аргументации. Целесообразно в области аргументации выделить универсальную аргументацию и этнокультурный аспект.

**1.1.3. «Универсальная теория аргументации как продукт эволюции универсальной грамматики».** Универсальная теория аргументации восходит к учению об универсальной грамматике. Ее ключевой идеей служит утверждение о том, что основные черты грамматической структуры имеются во всех языках, так как они отражают фундаментальные свойства мыслительной деятельности. При этом способы реализации универсальных грамматических значений уникальны в каждом языке. Н. Хомский развил положения о глубинной и поверхностной структурах. Глубинная структура «является общей для всех языков», так как отношения между идеями и суждениями, лежащие в ее основе, отражают фундаментальные свойства мыслительной деятельности человека [Хомский, 2005, с. 94]. Они универсальны, тогда как грамматические правила, по которым глубинная структура трансформируется в поверхностную, «могут различаться от языка к языку». Грамматические трансформации Н. Хомского, связывающие универсальные глубинные структуры с уникальными поверхностными, и внутренняя форма языка В. фон Гумбольдта, отражающая специфический для данного языка способ соединения понятия со звучанием, – это то, что определяет своеобразие каждого языка.

Процеируя данные положения в область аргументации, мы утверждаем, что здесь также наличествуют и универсальные компоненты, и этнокультурные. Универсальные компоненты аргументации составляют ее основания, отвечая критериям рациональной мыслительной деятельности человека – законам и правилам логики. При этом не исключается этнокультурная

специфика универсальных приемов аргументации в их конкретной реализации.

**1.1.4. «Глубинные структуры vs. поверхностные структуры и главное сомнение в универсальности аргументации».** В рамках этнокультурного аспекта аргументации, или этноаргументации, стратегии могут быть приемлемы и убедительны для носителей одной культуры и могут не являться таковыми для носителей другой культуры. Дж. Лакофф фактически устанавливает этнокультурную модель аргументации, предлагая новое понятие рациональности. Согласно данной модели, люди в своих суждениях опираются именно на ценностные представления, которые зафиксированы в глубинных метафорах или нарративах, являющихся специфичными для каждой культуры, как, например, представления о «строгом отце» и «любящем родителе» в американской культуре. Однако невозможно согласиться с автором в том, что исключается существование общей логической основы аргументации. Это полностью противоречит лингвистическим теориям об универсальности языковых и мыслительных систем.

Несмотря на это, идеи Лакоффа содержат важные для этноаргументации положения: люди часто опираются на ценности в процессе аргументации, считая такие аргументы приемлемыми. Понятие универсальной рациональности преломляется, меняя свое содержание. Нормы и ценности одной культуры составляют «рациональное» для этой культуры. Для каждого этноса свойственны свои особенности осмысления реальной действительности, которые накладывают отпечаток на принципы построения аргументативных высказываний.

В параграфе **1.2. «Принцип рациональности через призму этнокультуры»** на примере употребления аргумента к всеобщности в англо- и русскоязычных публицистических текстах постулируется этнокультурная специфика в реализации универсального принципа рациональности. *Argumentum ad populum* является универсальным приемом аргументации и имеет форму «Все/почти все/большинство принимают утверждение А как истинное, следовательно, утверждение А истинно». С точки зрения логики аргумент к всеобщности не обладает убедительной силой, так как если большое количество людей принимает утверждение А, то из этого логически не следует, что оно истинно. Как показал анализ аргументативных текстов, он присутствует и в англоязычной

аргументации, и в русскоязычной, но механизмы его реализации отличаются.

В американском аргументативном дискурсе в качестве достаточного основания к аргументу *ad populum* чаще всего приводятся **точные количественные данные**. Типичным для американского дискурса публицистики является следующая схема аргументации:

Тезис: *«students are still asked to select a major at 18. It's irrational».*

Аргумент (argumentum ad populum): *«Most college freshmen really have no idea what they want to do».*

Достаточное основание к аргументу: *«a quarter of freshmen change their major by the end of their first year of college and another half say they plan to. Or students hedge their bets by picking two majors, one they like and one they think might lead to a job and a big paycheck. At some elite schools, the ranks of double majors now make up 30 percent to 40 percent of graduates»* [<http://www.washingtonpost.com>].

В этом примере достаточное основание к аргументу о большинстве содержит количественную оценку, выраженную определенно-количественными числительными.

В российском аргументативном дискурсе точные количественные данные часто опускаются. Это демонстрируется в характерном для российской публицистики способе построения аргументации:

Тезис: В разработке содержания программ высшего профессионального образования должны участвовать работодатели.

Аргумент: Высшее образование в России не имеет практико-ориентированной, деятельностной направленности.

Достаточное основание: *«На сегодняшний день <...> скопился большой избыток менеджеров, юристов, экономистов и т.д. Но по большей части выпускники ВУЗов по этим специальностям как бы «специалисты вообще»* [<http://www.anovikov.ru>].

В данном случае не приводятся точные количественные данные, например, о том, сколько выпускников имеют образование менеджеров, юристов и т.д. Сам аргумент *ad populum* может быть эффективен и рационален, так как подсознательно апеллирует к этнокультурным особенностям участников аргументации (холистическое мышление).

Этноаргументация – это та область аргументации, в которой рациональность аргументов определяется не только логическими

правилами, но и формируется под воздействием таких факторов, как этническая и культурная принадлежность участников аргументации, разделяемые ими ценности, верования, убеждения, традиции.

Во **II** главе «Место аксиологических категорий в этноаргументации» выявлена специфика аргументации, в которой используются аксиологические категории, определены место и роль различных типов оценок и аксиологических стратегий в аргументативных контекстах, представлены особенности количественной оценки.

**2.1. «Релевантные положения современной теории оценки».** Сложность многообразных оценочных значений обусловила долгий путь развития теории оценки от гедонистического толкования хорошего и плохого до формирования взглядов на оценку как наиболее яркого представителя прагматического значения. Связав оценочные высказывания с коммуникативными целями, Дж. Мур, Ч. Стивенсон, А. Айер, Р. Хэар сформировали основную суть современной теории оценки. В ней очевидно противопоставление двух типов значений: оценочного и дескриптивного. Соотношение дескрипции и оценки является ключевым в определении оценок и позволяет выделить среди них разные типы, в частности – количественные оценки. Оно имеет определенное прагматическое значение, то есть оно определяет степень влияния оценочного выражения на принятие решения в проблемной ситуации. Теория оценок Р.М. Хэара и А.Н. Баранова, по нашему мнению, является наиболее приближенной к языковой реальности, поскольку строится на диалектике дескрипции и оценки.

Хэар выделяет две функции оценочного высказывания – информативную и рекомендательную [Хэар, 1985]. Информативная функция связана с передачей или получением информации. Когда мы называем какой-либо предмет хорошим, то мы сообщаем, что он обладает определенными характеристиками. Это возможно потому, что стандартные признаки хорошего объекта обычно являются общепринятыми. Рекомендательная функция оценки заключается в том, что, называя какой-либо предмет хорошим, мы не только сообщаем о нем информацию, но и рекомендуем его.

Оценочные стандарты тесно связаны с языком и культурой. Стандартные признаки хорошего объекта могут быть общепринятыми только в определенной среде, культуре и потому варьироваться в разных культурах. В частности, стандарты женской

красоты могут носить культурно-специфичный характер [Бутовская, 2004 а]. Стандартом красоты в китайской и других восточных культурах (Япония, Корея и др.) считается белая кожа: она свидетельствует о благородном происхождении. У американцев и европейцев напротив больше ценится загорелая кожа, так как она свидетельствует об отдыхе на берегу океана, а потому и о финансовом благополучии человека.

В основе выбора тех или иных практических действий обязательно лежит оценка ситуации. Согласно А.Н. Баранову, в структуре когнитивной процедуры оценивания выделяется такой компонент как ориентация акта приписывания значения оценочного признака на возможность участия в процессе принятия решения. Он включает в себя: выявление альтернатив разрешения проблемной ситуации, оценку альтернатив, выбор одной из них [Баранов, 1989, с. 75]. Именно в этом компоненте взаимно соприкасаются две области: аргументация и оценивание.

**2.2. «Апелляция к ценностям как аргументативная стратегия».** Характер обоснования оценок отличается от обоснования истинностных суждений. Во-первых, обоснование оценок, как правило, целевое, то есть оно подразумевает объяснение необходимого действия через позитивную ценность цели. Во-вторых, оно принадлежит области практического рассуждения, иными словами, оно обязательно подводит к необходимости совершения определенного действия. В-третьих, обоснование оценок – пример индуктивного правдоподобного рассуждения, что означает, что заключение такого рассуждения носит не обязательный, проблемный характер и всегда может быть оспорено.

Два понятия – «ценности» и «оценка» – взаимосвязаны. Оценка – это высказывание о ценностях, и выражение оценки означает установление определенного ценностного отношения между субъектом оценки и ее предметом. Один и тот же предмет оценки может у разных субъектов получать разный характер оценки: оцениваться негативно или позитивно. Это может объясняться различиями в системах ценностей субъектов оценки, и поэтому необходимо более подробно рассматривать ту позицию, с точки зрения которой производится оценивание.

**2.3. «Типы оценочных высказываний в аргументативных контекстах».** Соотношение оценочного и дескриптивного компонентов значения может быть основой для выделения

различных типов оценок, которые определенным образом располагаются в иерархии уровней оценивания ситуации: количественные оценки (далее К-оценки) → прототипические оценки (далее П-оценки) → гомеостатические оценки (далее Г-оценки) → общие оценки (далее О-оценки) [Баранов, 1989, с. 77]. Описание предмета по количественным параметрам предшествует его оцениванию. Количественная оценка считается исходным пунктом процедуры оценивания, что во многом объясняет ее потенциал в аргументации. Однако участие в процессе принятия решения в первую очередь присуще предикатам с преобладанием оценочного компонента значения, то есть общим оценкам [Баранов, 1989, с. 75]. Количественная оценка входит в большой класс дескриптивных оценок, так как в ней преобладает дескриптивный компонент значения. Она не устанавливает ценностных отношений. По нашему мнению, этот фактор обусловил то, почему ее оценочный потенциал не был изучен в более полной мере, в том числе в аргументации. То, насколько количественная оценка влияет на принятие решения, зависит от ее конкретного употребления, от аксиологической стратегии, а также от этнокультурных факторов, например, от особенностей мышления участников аргументации.

**Дескриптивное оценочное высказывание** – это то оценочное высказывание, в значении которого преобладает дескриптивный компонент. Он указывает на собственные свойства предмета оценки и передает информацию фактического характера. Однако описательные выражения также могут выполнять рекомендательную функцию. Например, выражение *«он знает несколько иностранных языков»* не только сообщает нам некоторую информацию о знаниях человека, но и содержит указание на положительную оценку его личности. Последнее возможно, если в данном обществе имеется общераспространенное представление о человеке, знающем иностранные языки, как об образованной, интеллектуально развитой личности. Чисто дескриптивные высказывания могут иметь оценочный смысл, если описываемое в них положение вещей в «картине мира» говорящих расценивается как хорошее или плохое [Вольф, 2002, с. 32].

Второй уровень в иерархии оценивания ситуации представлен **прототипическими оценками**. Прототипические оценки позволяют выявить положение исследуемой ситуации среди других аналогичных ситуаций [Баранов, 1989, с. 77]. Это происходит на основе сопоставления количественных параметров ситуации с

некоторой прототипической шкалой прагматического характера. В прототипической оценке идея количества представлена в более обобщенном виде. В следующем аргументативном контексте прототипическая оценка производится на основе количественного параметра: «... с 2006 по 2011 год суммарный коэффициент рождаемости <...> **существенно вырос** - с 1,3 до 1,6» [<http://www.rg.ru>]. После сопоставления количественных параметров рождаемости в 2011 г. и 2006 г. автор дает прототипическую оценку рождаемости 2011 г., которая выражается словами «существенно вырос» и имплицитно подразумевает «большой». Наиболее точное сравнение возможно на основании количественных параметров, хотя во многих случаях невозможно дать количественную оценку ситуации или предмету. Это может делать применение прототипической оценки в аргументативном контексте менее эффективным.

Количественные оценки позволяют не только выявить положение ситуации среди других аналогичных ситуаций, они также могут быть использованы для характеристики ресурсов, необходимых для достижения тех или иных целей, преследуемых субъектом. Такие оценки называются **гомеостатическими** [Баранов, 1989, с. 77].

Высказывание «для обеспечения работы одной, правда крупной, компании потребуется **почти 7500 ветеринарных инспекторов**» построено по схеме: К-оценка («7500 инспекторов») → Г-оценка («7500 инспекторов необходимо, чтобы поддержать работу одной компании») → О-оценка («такое огромное количество необходимых ресурсов для поддержания деятельности одной компании неразумно, плохо»). Гомеостатической оценке не всегда предшествует количественная, однако наличие последней в комбинации с гомеостатической оценкой имеет особое значение. Схема «К-оценка → Г-оценка» имеет большой убедительный потенциал в аргументативном контексте.

**Количественные оценки** не устанавливают ценностных отношений, но их называют оценками в силу того, что они подразумевают сопоставление, сравнение нескольких параметров между собой в определенном отношении или сопоставление некоторого предмета с избранным образцом [Ивин, 1970, с. 25]. Количественная оценка позволяет сослаться на точные, статистически надежные численные данные. Однако это происходит, только если количественная оценка имеет точное



численное выражение. Количественная оценка может быть выражена и менее точными данными, например, таким неопределенно-количественным числительным, как «несколько».

Необходимо отметить структурное разнообразие выражения количественной оценки. Она может быть выражена точным количественным или порядковым числительным, может сопровождаться квантификаторами «около, примерно» / «nearly», интенсификатором «более» / «more than, over» и другими. Всего было обнаружено 16 наиболее употребляемых в публицистике структурных разновидностей выражения количественной оценки.

«Сама по себе количественная оценка недостаточна и предполагает дальнейшую аксиологическую интерпретацию», то есть варианты ее совмещения с другими типами оценок [Баранов, 1989, с. 81]. В следующем примере количественная оценка переходит в общую:

*«Brian Tracy has consulted for more than 1,000 companies and addressed more than 5,000,000 people in 5,000 talks and seminars throughout the US, Canada and 55 other countries worldwide»* [<http://www.briantracy.com>]. Благодаря использованию цифр возможна общая оценка данного человека как опытного, эффективного специалиста. Общая положительная оценка не выражена эксплицитно, однако является очевидной в данном тексте. Схема аксиологической стратегии выражена последовательностью К-оценка → О-оценка.

Все приведенные примеры демонстрируют совмещение количественной оценки с другими типами оценок. Аксиологические стратегии, в которых количественная оценка является исходной, как правило, более эффективны в аргументации.

**III глава «Этнокультурные особенности высказываний с количественной оценкой в публицистических текстах»** посвящена анализу высказываний, построенных на базе количественной оценки, и интерпретации ее этноаргументативных ресурсов.

**3.1. «Публицистический текст vs. дискурс публицистики».** В качестве метода для изучения этнокультурной специфики количественной оценки в аргументации избран подход М. Фуко. Ученый предлагает отслеживать характер ключевых высказываний. Под высказыванием М. Фуко понимает не единство в логическом (каким является суждение), грамматическом (предложение) или речевом (речевой акт) плане, а функцию. Высказывание - это

«функция, действующая вертикально относительно единств грамматических и логических, и позволяющая сказать о ряде знаков, присутствуют ли в нем эти единства или нет» [Фуко, 2004, с. 173].

Реализация такого универсального компонента аргументации, как принцип рациональности, в англо- и русскоязычных текстах обнаруживает различия на уровне ключевых высказываний. К ним в англоязычном дискурсе публицистики можно отнести часто повторяющиеся высказывания, содержащие точную количественную оценку явления. При этом количественная оценка, как правило, эксплицируется в языке посредством определенно-количественных числительных. Типичным примером является высказывание «*This year, state legislators introduced about **170 bills** to address distracted driving, but passed **fewer than 10***» [<http://www.nytimes.com>].

В российском аргументативном дискурсе частотны высказывания, в которых количественная оценка эксплицируется посредством неопределенно-количественных числительных, количественных местоимений и наречий. Вот пример типичного высказывания: «... *если российское образование лучшее или одно из лучших в мире (так считают **многие**), то почему тогда российская экономика неконкурентноспособна?*» [<http://www.anovikov.ru>].

Статистический подсчет показал, что структурные разновидности количественной оценки, соответствующие точному количественному выражению, преобладают в американской публицистике (62% в американской, 38% в российской), тогда как структурные разновидности количественной оценки, имеющей приблизительное количественное выражение, преобладают в российской публицистике (59% в российской, 41% в американской).

### 3.2. «Публицистический текст как феномен этнокультуры».

В аксиологических стратегиях различие проявляется следующим образом. В американской публицистике количественная оценка, как правило, предшествует прототипической: «К-оценка → П-оценка → О-оценка». В примере «*Over all, cellphone use has soared. From 1995 to 2008, the number of wireless subscribers in the United States increased **eightfold**, to **270 million**, and minutes talked rose **58-fold***» [<http://www.nytimes.com>] сравниваются количественные показатели 1995 и 2008 гг. На их основе делается прототипическая оценка «*increased **eightfold***» («выросло в 8 раз»), «*rose **58-fold***» («выросло в 58 раз»). Имплицируется общая негативная оценка, так как

подразумевается, что также увеличилось количество водителей, которые пользуются телефонами во время управления автомобилем.

В российской публицистике в аналогичной схеме аксиологической стратегии часто опускается первый элемент. Это очевидно в примере «*Большое количество мелких ДТП, львиная их доля случается именно тогда, когда водитель отвлекается*» [<http://altapress.ru>]. Последовательность выглядит следующим образом: П-оценка («большое количество») → О-оценка (не выражена эксплицитно, однако подразумевает «это плохо»).

Различие в экспликации количественной оценки и в выборе двух разных аксиологических стратегий в двух культурах, по нашему мнению, обусловлено влиянием этнокультурных факторов. Наиболее важный для аргументации фактор – это различие в особенностях мышления американцев и россиян. Особенности реализации универсального принципа рациональности в американской публицистике, говоря точнее, использование огромного количества числительных при экспликации количественной оценки, указали на такую особенность, как аналитизм в мышлении. Процедура анализа предполагает дробление событий и предметов на части, которые могут быть связаны причинно-следственными отношениями и организованы в категории по универсальным критериям [Stewart, 1991]. Аналитическое мышление представляет для американцев большую ценность, основную норму эффективного социального взаимодействия, залог успешного общества. Оно заставляет их мыслить в количественных терминах, неотступно следовать принципу рациональности в рассуждении.

Такой стиль мышления противопоставляется синтетическому, или холистическому. Оно характеризуется ориентацией на контекст или поле как целое, вниманием к взаимоотношениям между объектом и полем и стремлением объяснять события исходя из этих взаимоотношений [Нисбетт, 2011, с. 4]. Холистический тип мышления россиян, склонность к коллективизму и соборности объясняет значительно меньшее число точных количественных данных в аргументации российской публицистики. Количественная оценка в ней чаще выражается лексическими единицами, которые дают количественные характеристики приблизительно.

При апелляции к прототипической оценке «большинство» российские публицисты не всегда склонны обосновывать эти

суждения точными количественными данными, так как имеется апелляция к другим ценностям. Утверждение о большинстве без сопровождения количественными фактами в некоторых случаях может являться достаточным и убедительным аргументом для российской аудитории. И хотя довод *ad populum*, согласно которому авторитетным источником считается мнение большинства, универсален, он более успешно может использоваться в обществе с холистическим типом мышления, чем в обществе, где аналитическое мышление представляет большую ценность.

Параграф **3.3. «Функции высказываний с рациональной оценкой в контекстах этноаргументации»** состоит из двух подпараграфов.

**3.3.1. «Высказывание с количественной оценкой как *argumentum ad rem*».** Анализ русско- и англоязычных публицистических статей доказывает, что основная функция количественной оценки состоит в обеспечении универсального принципа рациональности, а именно трех его условий. Она приводит достаточное основание для утверждения о чем-либо, помогает доказать наличие причинно-следственной связи между явлениями и обеспечивает тождество в течение тезиса и заключения критической дискуссии. В этом видится рациональная функция количественной оценки в аргументации. Она обусловлена двумя факторами: самой природой количественной оценки, которая исключает эмоционально-экспрессивный компонент, и особенностями аргументации в аналитических публицистических статьях. Цель таких статей заключается в анализе существующего положения дел, выражении собственного мнения автора по существующей проблеме и предложении конкретных действий по устройству мира [Мордовин, 2004, с. 76]. Очевидно, что достижение поставленной цели рациональными способами (манипуляция в данном жанре исключена) предполагает высокую степень аргументативности. Последняя может быть достигнута с помощью сопоставления эксплицитных признаков объекта, которые находят выражение в количественных показателях.

**3.3.2. «Высказывание с количественной оценкой как прием манипулирования».** Рассмотрение функций количественной оценки с позиции прагма-диалектического подхода предполагает, что в зависимости от контекста она может обнаруживать и другие ипостаси. Так, анализ рекламных сообщений показал, что количественная оценка обладает и манипулятивным потенциалом.

Последний базируется на ее функциональной особенности обеспечивать рациональность аргументов. В рекламах рациональная функция количественной оценки имитируется, а не реализуется через принцип рациональности, и дополняется другими манипулятивными приемами.

Так, в рекламе зубной пасты «*Only Colgate Total has an antibacterial ingredient. It attaches to teeth to form a protective shield. That's clinically proven to protect against the complete range of oral health problems for full 12 hours. No other tooth paste can do that. Only Colgate Total reduces plaque to up to 98% and gingivitis — by up to 88% <...> I recommend it because I saw results. Colgate Total has complete 12-hour protection*» [<http://www.youtube.com>] количественная оценка в выражении «*Only Colgate Total reduces plaque to up to 98% and gingivitis — by up to 88%*» лишь частично подтверждает тезис. Сам тезис («Зубная паста Colgate Total – единственная зубная паста, которая защищает от всех болезней ротовой полости в течение 12 часов») намного шире по содержанию. Несмотря на то, что количественная оценка здесь используется, все же достаточные основания в пользу утверждения не приведены. Нарушено сразу два условия принципа рациональности – условие достаточного основания и условие тождества. Апелляция к количественной оценке лишь имитирует выполнение условий. Отсутствие рациональных приемов аргументации компенсируется использованием метафоры («*a protective shield*»), которая может быть действенным средством манипулирования общественным сознанием [Федосеев, 2003].

В **заключении** обобщаются основные результаты исследования и намечаются дальнейшие перспективы работы.

В аргументации наряду с универсальными логическими законами действуют ценности и культурные нормы, имеющие мало общего с логикой. Целесообразно выделять в области аргументации универсальную аргументацию и этнокультурный аспект, или этноаргументацию, и рассматривать универсальный принцип рациональности с позиции его этнокультурного содержания. Люди опираются на этнокультурные ценностные представления в процессе аргументации и считают соответствующие аргументы рациональными.

Специфическая черта этноаргументации – роль оценки. Акт оценки ориентирован на то, чтобы повлиять на принятие решения. Исходным пунктом аксиологической процедуры оценивания

является оценка по количественным параметрам. Это определяет ее потенциал: количественная оценка – эффективный инструмент аргументации. Экстенциональная природа этого типа оценки способствует четкому описанию причинно-следственных связей, обеспечивает достаточное основание аргументов наиболее объективным способом и тождество тезиса и заключения в аргументативном высказывании.

Количественная оценка является показательной в этнокультурном отношении для пары английский – русский языки. Различия в выражении количественной оценки в аргументации публицистического дискурса в двух культурах – США и России – отражают этнокультурные различия на ментальном уровне. Апелляция к точным количественным показателям – признак американского стиля мышления, которому присущи индуктивность и аналитичность. Апелляция к приблизительным количественным показателям – результат холистического мышления, которое характеризует носителей русского языка и культуры. Изучение аргументации в американской и российской публицистике дает ключ к пониманию национальной логики мышления, более глубокому проникновению в этнические ментальные процессы. Изучение способов выражения количественной оценки обнаруживает различия в мышлении носителей двух культур.

Количественная оценка активно используется и в целях манипуляции. Ее манипулятивный потенциал не находит выражения в публицистике, однако, активно реализуется в рекламных текстах.

Выводы, сделанные нами, вносят вклад в изучение аргументации публицистических текстов с точки зрения этнокультурных компонентов. Они открывают перспективы для дальнейшего изучения универсальных и уникальных этнокультурных принципов аргументации.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора.**

**Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией:**

1. Дондокова Б.В. К содержанию термина «этнокультурный аспект аргументации» [Текст] / Б.В. Дондокова // Вестник Бурятского государственного университета. – Улан-Удэ :

Издательство Бурятского госуниверситета, 2013. – Сер. 14. Романо-германская филология. – Вып. 11. – С. 17 – 22 (0,9 п.л.).

2. Дондокова Б.В. Принцип рациональности в аргументации представителей идеологически разных культур [Электронный ресурс] / Б.В. Дондокова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. - Режим доступа: [www.science-education.ru/116-12563](http://www.science-education.ru/116-12563) (дата обращения: 16.10.2014) (0,6 п.л.).

3. Дондокова Б.В. Стратегическое маневрирование количественной оценкой как прием манипуляции [Текст] / Б.В. Дондокова // Фундаментальные исследования. – Пенза : ИД «Академия естествознания», 2014. – № 11 (2). – С. 450 – 455 (0,6 п.л.).

### **Публикации в сборниках научных трудов и материалов конференций:**

4. Дондокова Б.В. Этнокультурный аспект аргументации [Текст] / Б.В. Дондокова // Иностранные языки в Байкальском регионе: опыт и перспективы межкультурного диалога : материалы международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию со дня рождения доктора филологических наук, профессора Натальи Витальевны Языковой (Улан-Удэ, 18-20 сентября 2013 г.). Улан-Удэ : Издательство Бурятского госуниверситета, 2013. - С. 21-26 (0,4 п.л.).

5. Дондокова Б.В. Об этнокультурных особенностях количественной оценки в аргументации [Текст] / Б.В. Дондокова // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы конференции молодых ученых (Иркутск, 3-6 марта 2014 г.). – Иркутск : Иркутский государственный лингвистический университет, 2014. – С. 22 – 24 (0,2 п.л.).

6. Дондокова Б.В. О различных типах оценочных высказываний в аргументативных контекстах [Текст] / Б.В. Дондокова // Межкультурная коммуникация: проблемы, технологии и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры иностранных языков естественнонаучного направления Бурятского государственного университета (Улан-Удэ, 22-26 апреля 2015 г.). – Улан-Удэ : Издательство Бурятского госуниверситета, 2015. - С. 94-102 (0,6 п.л.).

7. Дондокова Б.В. Об особенностях употребления стратегии *количественная оценка* → *прототипическая оценка* в аргументации [Текст] / Б.В. Дондокова // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы конференции молодых ученых (Иркутск, 10-13 марта 2015 г.). – Иркутск : МГЛУ ЕАЛИ, 2015. – С. 21 – 25 (0,2 п.л.).

Подписано в печать 15.10.15. Формат 60x84 1/16.  
Усл. печ. л. 1,4. Тираж 100.

Издательство Бурятского госуниверситета  
670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а  
riobsu@gmail.com

Отпечатано в типографии Издательства БГУ  
670000, г. Улан-Удэ, ул. Сухэ-Батора, 3а