

Говоруха Н. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри німецької філології і перекладу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

АРГУМЕНТАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НІМЕЦЬКОЯЗЫЧНИХ ТАВТОЛОГИЧЕСКИХ ВИСКАЗУВАНЬ

Аннотация. Стаття присвячена аналізу тавтологічних висказувань сучасного німецькоязычного діалогічного дискурсу з точки зору реалізації ними стратегії аргументації, яка може бути координативною і полемічною. Перлокутивною метою говорячого при реалізації координативної стратегії аргументації є переконання адресата в певному положенні справ, при реалізації полемічної стратегії аргументації – переконання адресата. Тавтологічні висказування містять в імплікатурі аргумент к висказанному раніше тезису. Для полемічної аргументації характерні конвенціалізовані тавтологічні висказування – пословиці тавтологічної форми.

Ключевые слова: аргументація, імплікатура, стратегія, тавтологія, переконання.

Постановка проблеми. В сучасній лінгвістиці стало можливим вивчення синтаксических одиниць, які раніше вважалися традиційними дослідницькими об'єктами логіки і філософії. К таким одиницям належать тавтологічні висказування, вивчення яких традиційно займалася логіка, де під тавтологією розуміється таке судження/пропозиція, яке істинно на основі його логічної форми в будь-яких можливих світах. Прерогатива в лінгвістическому дослідженні тавтологічних висказувань належить прагматикі, яка намагається пояснити особливості їх функціонування в мовній комунікації з залученням теорії імплікатур Г.П. Грайса [21; 22; 23]. Підкреслюється необхідність урахування мовних особливостей тавтологій при їх інтерпретації як культурно-специфічних феноменів [5; 28]. Однак багато прагмалінгвістических питань тавтології залишаються нерешеними, зокрема питання про мотиви використання тавтологічних висказувань говорячим в мовній інтеракції. Для розв'язання даної проблеми цілком доцільно залучити методологію сучасної дискурсивної парадигми, що визначає актуальність теми статті.

Метою статті є встановлення особливостей реалізації при допомозі тавтологічних висказувань (далі – ТВ) стратегії аргументації в сучасному німецькоязычному діалогічному дискурсі. Об'єктом дослідження виступають німецькоязычні ТВ, під якими розуміються висказування повествовальної структури, які мають тавтологічну форму, засновану на формальному збіганні аргумента і предиката пропозиції: *Krieg ist Krieg; Geschäft ist Geschäft; Was sein muss, muss sein; Sicher ist sicher* і т. п.

Предметом дослідження є дискурсивно-стратегічні характеристики ТВ в сучасному німецькоязычному діалогічному дискурсі. Аналіз проводиться на матеріалі сучасної німецькоязычної художньої літератури і

скриптів художніх фільмів, які дають представлення про особливості розмовного діалогічного дискурсу.

Изложение основного материала исследования. Аргументація – обґрунтування істинності певного тезису, якщо для говорячого не очевидно, що без цього адресат примет его [25, с. 256]. З прагматическої точки зору під аргументацією розуміють наступне: а) іллокутивний акт [24]; б) перлокутивний акт [27]; в) комунікативний акт [10]; г) «реалізацію секвенційних моделей» [17] (здесь і далі – переклад іноязычних цитат наш, Н. Г.), д) «речеактові секвенції» [25]; сукупність взаємозв'язаних РА [9, с. 9]; е) речеве впливання [7]; в) стратегію [12] або тактику [9, с. 4; 16]. Остання точка зору представляється найбільш обґрунтованою, оскільки в дискурсі для вираження стратегії аргументації служать різні мовні засоби, зокрема і ТВ.

Розгляд аргументації як дискурсивної стратегії передбачає необхідність опори на певну типологію стратегій. Часто стратегії систематизують за основою певних опозицій. Так, А.Д. Белова [3], виходячи з того, що основними факторами, впливними на формування стратегій, є етнічний, соціальний, гендерний, віковий, особистий і часовий, представляє стратегії в вигляді наступного набору опозицій: загальні :: етноспецифічні, загальноупотребительні :: індивідуальні, загальноупотребительні :: вікові, унісекс :: гендерномарковані, вербальні :: невербальні, атемпоральні :: обмежені в часі, кооперативні :: конфліктні, адресантно-орієнтовані :: адресато-орієнтовані, інформативні :: побудительні. Для цілей цього дослідження релевантними представляються дві: адресантно-орієнтовані :: адресато-орієнтовані і кооперативні :: конфліктні стратегії.

Перша опозиція стратегій виділяється за основою місця ТВ в інтеракції: адресантно-орієнтована стратегія реалізується ТВ, використовуваними в ряду РА говорячого в межах одного мовного ходу. ТВ при цьому використовується не в першому, а в наступних мовних кроках говорячого, т. є. має відношення до ретроспективному РА говорячого (адресанта).

Адресато-орієнтована стратегія реалізується в активному мовному ході говорячого як реакція на РА співрозмовника (асертив, комісив, директив, експресив). Слід зазначити, що термін «орієнтований» передбачає орієнтацію в вузькому, лінійному сенсі, як відношення ТВ до ретроспективному висказуванню. Визначаючи характер стратегії, виходимо з того, належить їй ретроспективне висказування мовному ходу говорячого або адресата. В широкому сенсі, всі стратегії є адресато-орієнтованими, оскільки будь-яка комунікація інгерентно передбачає обов'язкове наявність адресата.

Как правило, стратегия аргументации является адресантно-ориентированной, поскольку говорящий подкрепляет свои предыдущие высказывания аргументом в форме ТВ. Аргументация включает тезис (отдельный РА с пропозицией 1 и иллокутивной силой 1) и аргументы (отдельные РА с пропозициями 2, 3 ...n и иллокутивными силами 2, 3 ...n) [9, с. 9]. Цель аргументации – не в том, чтобы вывести истинный вывод из истинных аргументов, а в том, чтобы убедить адресата в приемлемости определенного тезиса при помощи приведенных аргументов [9, с. 6]. ТВ удовлетворяют потребностям аргументации, поскольку имплицитно (в импликатуре) содержат в качестве аргумента оценочную квалификацию объекта. И когнитивное основание, и направление оценки могут быть выведены на основании presupпозиционного фонда коммуникантов.

Другой релевантной оппозицией стратегий является оппозиция «кооперативные :: конфликтные стратегии» (кооперативные :: некооперативные/конфронтационные) (ср. также: [14, с. 89]). Для данной оппозиции стратегий используем термины «координативная :: полемическая», которые отражают два полюса тональности коммуникации – унисон и диссонанс [6, с. 263]. Есть смысл предпочесть термин «координативная стратегия» термину «кооперативная стратегия», так как, согласно принципу кооперации Г.П. Грайса, любая коммуникация является кооперативной [1, с. 50], ср.: «Любое общение уже является на столько кооперативным, на сколько оно вообще имеет место, а не обрывается, и партнер уходит, хлопнув дверью» [20, с. 28]. Коммуниканты при помощи языковых средств координируют свои речевые действия в соответствии с целями друг друга. Стратегия аргументации может быть как полемической, так и координативной, в зависимости от перлокутивной цели говорящего.

Координативный диалогический дискурс (иначе унисонный диалог, диалог-унисон [6, с. 263], толерантное общение [4]) характеризуется согласованностью речевых действий. Его основными характеристиками являются согласованность стратегий и тактик коммуникантов, их морально-оценочных установок, достижение взаимопонимания и согласия сторон, активность во взаимной поддержке коммуникативных инициатив, координация речевого вклада в диалог, соблюдение принципов вежливости и др. [6, с. 263]. Координативная стратегия обусловлена коррелирующими между собой мотивами и целями коммуникантов.

Как отмечает Г.Н. Эйхбаум, разграничивая нейтральную и полемическую аргументацию, «аргументация проявляется в стремлении к емким, сентенциональным высказываниям, каковым и является тавтология. При этом тактики аргументации могут иметь широкий диапазон от заостренной полемики до утешения, ободрения» [16, с. 33]. Если нейтральная аргументация основывается на перлокутивной цели говорящего убедить адресата в некотором положении дел, то полемическая – на перлокутивной цели переубедить адресата.

Убеждение можно понимать как состояние и как процесс. Убеждение/убежденность – тип эпистемической пропозициональной установки, которая представляет собой «функциональное состояние сознания человека, основанное на результатах отражения объективного мира, включающее в себя однозначную (позитивную или негативную) оценку этих результатов, а тем самым и определенное чувственно-эмоциональное отношение к отражаемому в них явлению, и выступающее регулятивом практической деятельности человека» [8, с. 33]. Иначе

говоря, в структуре убеждения выделяется три составляющих элемента – информационный, оценочный и деятельностно-волевой. Последний и предполагает процессуальное следствие состояния убеждения – убеждение как процесс, аргументацию [8, с. 33].

По мнению А.Д. Беловой, «эпистемическое состояние говорящего при аргументации не всегда можно охарактеризовать как убежденность. Возможны ситуации, когда аргументирование нацелено, в первую очередь, на изложение своей точки зрения и задача убеждения слушающего не является первостепенной» [2, с. 49], из чего следует, что аргументация – одна из форм убеждения.

Аргументативный потенциал ТВ проявляется в том, что эксплицитная и имплицитная части ТВ находятся в отношении включения: референция изменяется от частно- к общепредметной, что отражает подведение некоторого частного случая под общую норму – социально-общественную, морально-этическую, эстетическую, бытовую и т. п. [16, с. 33]. В примере Уты Квастхофф эксплицитная референция относится ко Второй мировой войне, имплицитная референция – к войне вообще со всеми ее признаками:

(1) *Es ist ja bekannt, dass man uns vorgeschrieben hat, die Dörfer werden niedergebrannt. Sie geben es ja heute in ihren eigenen Wehrmachtsberichten zu, dass die offen die Dörfer niederbrennen, um der Partisanen Herr zu werden. Was ist denn da der Unterschied? Ob das der Deutsche macht oder der Amerikaner. Krieg ist Krieg. (+> Krieg existiert so, dass Menschen umgebracht werden) Unsere hat man erschossen und aufgehängt, oder sie sitzen heute noch hinter Mauern. Aber man müsste sie jetzt schon wieder freilassen (Quasthoff 1978, с. 38).*

В качестве тезиса, который говорящий аргументирует при помощи ТВ, может выступать констатация (1), совет (2), предложение (3), распоряжение (4):

(2) *Lieber machst du jetzt eine Kontrolluntersuchung (auf Krebs...), und es ist nichts, als du machst keine, und näher ist es zu spät, um etwas dagegen zu tun. Ich jedenfalls würde jetzt eine machen lassen. Besser ist besser! (+> Es ist gut, dass man alles im Voraus macht) (Schemann: с. 74).*

(3) *Vielleicht sollten wir den Wagen vor der Reise doch nochmal gründlich überholen lassen. Sicher ist sicher. (+> Es ist gut, wenn man alles gründlich überprüft hat) Es wäre sehr unangenehm, wenn wir in der Türkei Scherereien mit dem Auto hätten) (Schemann: с. 758).*

(4) *Stayley nickte nervös und eilte zur Tür, aber Lawrenc rief ihn noch einmal zurück. „Noch etwas Mister Staykey“, sagte er zögernd und beinahe gegen seinen Willen. „Geben Sie Befehl, dass der Maat volle Gefechtsbereitschaft anordnen soll. Sicher ist sicher“, fügte er mit einem nervösen Lächeln hinzu (+> Es ist gut, wenn der Maat volle Gefechtsbereitschaft anordnet) (Hohlbein: Der Dagon-Zyklus, с. 290).*

Х.-Х. Люгер считает, что ТВ являются «средством избежать обмена дифференцированными, относящимися к специальным положениям дел аргументами» [25, с. 260]. ТВ не предоставляют никакого аргумента, они «всего лишь реформулируют заостренным образом часть уже известного содержания тезиса» [25, с. 263], и это воспринимается как аргумент.

Полемическая стратегия характеризуется противоречивыми пропозициональными установками коммуникантов, различной степенью конфронтативности их РА. Конфликт коммуникативных целей – их взаимное исключение, когда достижение

поставленных одним из участников общения целей делает невозможным или крайне затруднительным достижение целей его партнером [15]. Понятие «конфликт» – гипероним по отношению к конфронтативности – открытому и враждебному столкновению сторон [13, с. 48].

При высоком эмоциональном накале коммуниканты используют готовые клише, их словотворчество лимитировано [11, с. 56], они находятся в пределах определенных коммуникативных стереотипов [2, с. 82]. Это обстоятельство объясняет действенность ТВ для выражения полемических стратегий и тактик.

Причиной аргументации считается когнитивный (аксиологический) диссонанс между коммуникантами, конфликтность, основанная на несоответствии между объемами их знаний [2, с. 13]. Движущей силой аргументации является «динамическое соотношение конфликтности и согласия»: «... если конфликтность является средой аргументации, то возможность достижения согласия, консенсуса – ее условием. Взаимное признание возможности договориться – это когнитивная универсалия, встроенная в аргументацию» [2, с. 13]. В отличие от координативной стратегии, перлокутивная цель полемически аргументирующего говорящего – переубедить адресата. Избираемая при этом форма ТВ позволяет ему преподнести разделяемое им мнение как абсолютную истину, а опровергаемое – как недопустимое противоречие. Поэтому в данном случае преобладают конвенционализированные ТВ – пословицы тавтологической формы. У. Квастхофф указывает на неотъемлемую роль ТВ в аргументации в виду их клишированного характера [26, с. 14]: «Говорящий полагается на авторитет пословицы» [18, с. 183; 19].

Полемическая аргументация относится к возражению (5) или отказу (6, 7). Аргументация возражения имеет место в случае несогласия говорящего с предыдущим высказыванием, например, отец пытается переубедить сына не выбирать профессию пекаря:

(5) „Becker müssen jeden Tag um drei Uhr aufstehen. Außerdem hat der Beruf keine Perspektiven“. „Was hat der Bäcker nicht?“ „Ein Bäcker“, begann Benno bedeutend ruhiger; „ist eben ein Bäcker. Da wird nichts weiter“ (+> Ein Becker existiert so, dass er keine Perspektiven hat). „Im Fernsehen haben sie mal gesagt, daß Heinz Quermann auch Bäcker war“ (Stave: Perspektiven, с. 63).

Сентенциональная форма ТВ подходит для аргументации отказа, например:

(6) – Wenn du so gemein zu mir bist, will ich auch den Ring, den ich dir zum Geburtstag geschenkt habe, zurückhaben. – Nee, den behalt' ich! Geschenkt ist geschenkt! (+> Geschenke gibt man nicht zurück +> Meine Entscheidung ist nicht zu ändern) (Schemann: с. 255).

Особенно действенными оказываются ТВ, реализующие тактику полемической аргументации в сочетании с тактикой настаивания. Так, влюбленные (Леопольд и Йозефа) поссорились; Леопольд, работающий официантом в гостинице Йозефы, объявляет о своем увольнении, сначала она косвенно просит его остаться, он реагирует отказом, аргументированным ТВ, потом он косвенно просит ее отказать ему, и она реагирует отказом, аргументированным аналогичным ТВ:

(7) Leopold: Jawohl, ich kündige.

Josefa: Ist es Ihr Ernst?

Leopold: Mein völliger.

Josefa: Sie, Leopold, haben Sie sich reiflich überlegt? (+> Kündigen Sie nicht!).

Leopold: Auf das Reiflichste. Wenn der Leopold ja sagt, dann ist es ja. Wenn er nein sagt, ist es nein. (+> Ich sage immer, was ich tue +> Meine Entscheidung ist nicht zu ändern +> Ich will bei Ihnen nicht arbeiten).

Josefa: Sie können gehen.

Leopold: Ist es Ihr Ernst?

Josefa: Mein völliger.

Leopold: Entlassen? Jetzt mitten in der Saison? Sie, Fräulein Chefin, haben Sie sich reichlich überlegt? (+> Entlassen Sie mich nicht!).

Josefa: Auf das Reiflichste. Wenn Josefa Ihnen ja sagt, dann ist es ja, wenn sie nein sagt, dann können Sie gehen (Im weißen Rößl). (+> Ich sage immer, was ich tue +> Meine Entscheidung ist nicht zu ändern).

Стратегия аргументации при использовании ТВ находится во взаимодействии с другими стратегиями в диалогическом дискурсе – настаивания, комментирования, выражения эмоций и пр. Аргументация, в том числе и при помощи ТВ, может быть успешной и неуспешной. В этой связи ТВ выступают в роли перлокутивных оптимизаторов – языковых средств, позволяющих усиливать перлокутивное воздействие на адресата [1, с. 189].

Стратегию аргументации следует отличать от стратегии объяснения, они различаются по перлокутивной цели: в случае объяснения это воздействие на когнитивные механизмы понимания, в случае аргументации – стремление изменить деонтическую пропозициональную установку собеседника (убеждение).

Выводы. Таким образом, анализ ТВ современного немецкоязычного диалогического дискурса показал, что они используются говорящим для реализации стратегии аргументации, которая может быть координативной и полимической. Перлокутивной целью говорящего при реализации координативной стратегии аргументации является убеждение адресата в некотором положении дел, при реализации полемической стратегии аргументации – переубеждение адресата. ТВ содержат в имплицитуре аргумент к высказанному ранее тезису. Для полемической аргументации характерны конвенционализированные ТВ – пословицы тавтологической формы.

Перспективным представляется анализ взаимосвязи структурных особенностей ТВ и реализуемых с их помощью дискурсивных стратегий.

Литература:

1. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : [монографія] / Л.Р. Безугла. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации : [монография] / А.Д. Белова. – К. : Киев. гос. ун-т, 1997. – 299 с.
3. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А.Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. – С. 11–16.
4. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: зоны толерантного и нелерантного общения / И.Н. Борисова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 364–389. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ino-center.ru/doc/ProblemiTolerantnosti.pdf>.
5. Булыгина Т.В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелёв. – М. : Языки русской культуры, 1997. – 576 с.
6. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация : [монография] / В.В. Дементьев. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2006. – 376 с.
7. Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В.З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации : сб. науч. тр. – М. : ИНИОН АН СССР, 1989. – С. 13–40.

8. Дубинин И.И. Убеждение как эпистемическое понятие / И.И. Дубинин // Логический анализ естественного языка : тезисы докл. VIII Всесоюз. конф., 1982 г. – Вильнюс : ВГУ им. В. Капсукаса, 1982. – С. 32–35.
 9. Пірог І.І. Аргументація в сучасній німецькій публіцистиці: прагмалінгвістичний аспект (на матеріалі економічних текстів) : автореф. дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.І. Пірог. – Х., 2009. – 20 с.
 10. Поспелова А.Г. Когда «невежливый» коммуникативный акт аргументации становится вежливым? / А.Г. Поспелова // Лингвистический вестник : сб. науч. тр. – Ижевск : УМО «Sancta Lingua», 2002. – Вып. 4. – С. 71–77.
 11. Приходько А.Н. Синтаксис естественного языка в фокусе когнитивно-дискурсивной парадигмы / А.Н. Приходько // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2003. – № 609. – С. 84–89.
 12. Троянов В.И. Когнитивные стратегии аргументации действий / В.И. Троянов // Прагматика и логика дискурса : сб. науч. тр. – Ижевск : Удмуртский гос. ун-т, 1991. – С. 13–19.
 13. Фролова І.Є. Співвідношення понять «конфлікт» і «конфронтаційність» / І.Є. Фролова // Сучасна англістика: когніція, комунікація, текст : тези доп. II Всеукр. наук. форуму, 04 грудня 2007 р. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – С. 47–48.
 14. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англомовному дискурсі : [монографія] / І.Є. Фролова. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
 15. Шейгал Е.И. Предвыборные теледебаты как жанр стратегической коммуникации / Е.И. Шейгал, Ю.М. Иванова // RESPECTUS PHILOLOGICUS. – 2004. – № 5 (10) : Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis facultetas. – С. 29–41.
 16. Эйхбаум Г.Н. Экспонентная и содержательная тавтология в коммуникативно-речевом аспекте / Г.Н. Эйхбаум // Языковое общение и его единицы. – Калинин : Калининский гос. ун-т, 1986. – С. 28–39.
 17. Beckmann S. „So wie man is, is man“ – Zur Funktion von Phraseologismen in argumentativen Zusammenhängen / S. Beckmann // Neue Fragen der Linguistik / [Feldbusch E. u.a. (Hg.)]. – Tübingen : Niemeyer, 1991. – Bd. 2. – S. 85–91.
 18. Beckmann S. Sprichwörter und ihre Verwendung im Dialog / S. Beckmann, P.P. König // Dialoganalyse IV / [Löffler H. u.a. (Hg.)]. – Tübingen : Narr, 1993. – Bd. 1. – S. 177–185.
 19. Burger H. Funktion von Phraseologismen in den Massenmedien / H. Burger // Aktuelle Probleme der Phraseologie / [Burger H., Zett R. (Hg.)]. – Bern u.a. : Lang, 1987. – S. 11–28.
 20. Ehlich K. Thesen zur Sprechakttheorie / K. Ehlich // Linguistische Pragmatik. – Fr./M. : Athenäum, 1972. – S. 122–126.
 21. Fraser B. Motor oil is motor oil / B. Fraser // Journal of Pragmatics. – 1988. – № 12. – P. 214–220.
 22. Grice H.P. Logic and Conversation / H.P. Grice // Grice H.P. Studies in the Way of Words. – Cambridge (Mass.), London : Harvard Univ. Press, 1991. – P. 22–40.
 23. Harras G. Jenseits von semantischen Konventionen – zum Beispiel tautologische Äußerungen / G. Harras // ZGL. – 1999. – № 27. – S. 1–12.
 24. Rosengren I. Ironie als sprachliche Handlung / I. Rosengren // Sprachnormen in der Diskussion. – Berlin, N.Y. : de Gruyter, 1986. – S. 41–71.
 25. Lüger H.H. Phraseologismen als Argumentationsersatz? / H.H. Lüger // Argumentationsstile / [U. Püschel, B. Sandig (Hg.)]. – Hildesheim, N.Y. : Olms, 1992. – S. 255–285.
 26. Quasthoff U. The Uses of Stereotypes in Everyday Argument / U. Quasthoff // Journal of Pragmatics. – 1978. – 2. – P. 1–48.
 27. Verschueren J. The pragmatic perspective / J. Verschueren // Handbook of Pragmatics. – Amsterdam, Philadelphia : Benjamins, 1995. – P. 1–19.
 28. Wierzbicka A. Boys will be Boys: even ‘truisms’ are culture-specific / A. Wierzbicka // ders. Cross-cultural pragmatics: the semantics of human interaction. – Berlin, New York : de Gruyter, 1991. – P. 391–452.
- Источники иллюстративного материала:**
29. Hohlbein W. Der Dagon-Zyklus. Ein Hexer-Roman / W. Hohlbein. – Bergisch Gladbach : Bastei Lübbe, 2004. – 893 S.
 30. Im weißen Rössl [Digitaler Text]. – Zugriff am 09.03.2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.filmportal.de/film/im-weißen-roessl_bb54fb25c63746c798172f142868c4ec.
 31. Schemann H. Deutsche Idiomatik. Die deutschen Redewendungen im Kontext / H. Schemann. – Stuttgart, Dresden : Klett, 1993. – 1037 S.
 32. Stave J. Perspektiven / J. Stave // So lachte man in der DDR : Gedichte, Sketche, Anekdoten. – Augsburg : Weltbild, 2005. – S. 61–65.
- Говоруха Н. В. Аргументативний потенціал тавтологічних висловлювань у німецькомовному діалогічному дискурсі**
- Анотація.** Стаття присвячена аналізу тавтологічних висловлювань сучасного німецькомовного діалогічного дискурсу з погляду реалізації ними стратегії аргументації, яка може бути координативною або полемічною. Перлюктивною метою мовця у випадку реалізації полемічної стратегії аргументації є запевнення адресата в певному стані справ, якщо реалізується полемічна стратегія аргументації – переконання адресата. Тавтологічні висловлювання містять в імплікатурі аргумент до раніше висловленого тезису. Для полемічної аргументації характерними є конвенціоналізовані тавтологічні висловлювання – прислів'я тавтологічної форми.
- Ключові слова:** аргументація, імплікатура, стратегія, тавтологія, переконання.
- Govorukha N. Persuasive potential of German tautological utterances**
- Summary.** The article deals with the analysis of tautological utterances of the modern German dialogical discourse from the point of view of their implementation of the strategy of argumentation, which can be either coordinative or polemical. Perlocutionary goal of the speaker when implementing the coordinative strategy of argumentation is to persuade the addressee in certain circumstances, while when implementing the polemical strategy of argumentation it is to change the addressee's mind. Tautological utterances contain in the implicature an argument to the earlier uttered point. Conventional tautological utterances, such as proverbs which are tautological in their format, are typical of polemical argumentation.
- Key words:** argumentation, implicature, strategy, tautology, persuading.