

господствующее в обществе осторожное отношение к оружию. Это свидетельствует о нерасторжимой связи презумптивных аргументов в целом с аргументом к незнанию.

### Список литературы

1. Hinton M. On Arguments from Ignorance. *Informal Logic*, 2018. 38 (2), P. 184–212.
2. Лисанюк Е.Н. Аргументация и убеждение. – СПб: Наука, 2015 – 398 с.
3. Walton D. *Arguments from Ignorance*. University Park, Pennsylvania: Penn State Press, 1996.
4. Walton D. New directions in the logic of dialogue. *Synthese* (63) 1985. P. 259–274.

## АРГУМЕНТАТИВНЫЕ ПАТТЕРНЫ СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА<sup>1</sup>

**Цокало О.А.**

*Кандидат философских наук, доцент  
Воронежский государственный университет  
(Воронеж, Россия)*

УДК: 162.6

*Доклад посвящен выявлению популярного сегодня набора аргументативных паттернов, представляющих собой короткие и повторяемые аргументативные структуры. Предполагается, что определение набора таких структур позволит дать характеристику современному стилю мышления. Анализ проведен на материале корпуса текстов публичных выступлений по вопросам соблюдения режима самоизоляции в период пандемии COVID-19.*

*Ключевые слова: делиберативная аргументация, аргументативный паттерн, квазиаргумент, сложно-сокращенное рассуждение, аргумент к выгоде.*

## ARGUMENTATIVE PATTERNS OF MODERN PUBLIC DISCOURSE

**Tsokalo O.A.**

*Ph.D. of philosophy, assistant professor  
Voronezh State University  
(Voronezh, Russia)*

*The report is dedicated to detection of a set of argumentative patterns, which are popular today. The author understands argumentative patterns as short and repeatable argumentative structures. She thinks, that finding of these structures set allows to characterize modern thinking style. The analysis is based on the material of the corpus of public speeches texts dedicated to the issue of compliance with self-isolation during the COVID-19 pandemic.*

*Keywords: deliberative argumentation, argumentative pattern, quasi-argument, sophisticated reasoning, an argument to advantage.*

Современный публичный дискурс выполняет множество функций. Среди них – распространение информации, инициирование широких дискуссий по общественно значимым вопросам, формирование по этим вопросам общественного мнения, формирование определенного стиля мышления у потребителя массового контента. Нас будет интересовать этот последний аспект.

Исследования в области истории аргументации демонстрируют, что на различных этапах развития культуры эффективными оказывались разного рода аргументы. Например, в античности была широко распространена правдоподобная аргументация, построенная на базе

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при поддержке РФФИ, грант № 20-011-00485 «Делиберативная аргументация между рассуждением и действием»

рассуждения по аналогии; в средние века чрезвычайно часто обращались к аргументу к авторитету и т.д.; результаты таких исследований мы находим у С. Тулмина, У. Эко, С. С. Гусева, А.А. Ивина, О.А. Шапиро и др.

«Мода» на те или иные способы аргументации связана с двумя факторами. С одной стороны, она обусловлена развитием науки и философии, которые определяют способы обоснования и трансляции научного знания. С другой стороны, она обусловлена прагматическими требованиями эффективности, т.е. тем, какого рода доводы будут приемлемы для ее целевой аудитории. Но при этом аргументативная мода и формирует свою целевую аудиторию, навязывая ей те или иные способы обоснования и убеждения и таким образом формируя своеобразные аргументативные привычки.

Такие привычки выражаются в аргументативных паттернах – лаконичных аргументативных структурах, повторяющихся в привычном виде в разного рода текстах. Набор употребляемых аргументативных паттернов представляет собой стиль мышления эпохи, о котором пишет А. А. Ивин [1]. Здесь получается замкнутый круг: аргументативные паттерны формируют определенный стиль мышления у своего потребителя, который впредь воспроизводит их как максимально эффективные с прагматической точки зрения. Для смены привычного набора паттернов необходимы веские причины – например, изобретение новых технологий, ведущих к смене актуальной текстовой культуры, социально-культурные катаклизмы и пр.

В своем докладе я хочу остановиться на современных аргументативных паттернах; при этом я буду обращаться к делиберативной аргументации, т.е. к аргументации, цель которой – убедить адресата совершить некоторое действие.

Для выделения повторяющихся аргументативных паттернов мною был взят ряд публичных речей, произнесенных в период пандемии COVID-19<sup>1</sup>. Одна из основных делиберативных целей этих речей – убеждение граждан в соблюдении режима самоизоляции. В результате мне удалось выделить три большие группы аргументативных паттернов; привожу их в таблице в порядке убывания интенсивности их использования:

Группа паттернов	Вид (квази)аргумента	Пример
Нравственные	Апелляция к патриотизму	«и Половцы нас терзали, и Печенеги»
	Апелляция к стыду	«если кому-то наплевать, что он угрожает безопасности окружающих...»
	Аргумент к личности	«мы просим вас повзрослеть»
	Аргумент к выгоде	«это время несовместимо с эгоизмом, поскольку проблема касается всех нас»
Правовые	Аргумент к палке	Обещание санкций за нарушение режима самоизоляции: «Государство не позволит вам быть эгоистами»
	Аргумент к выгоде	Обещания поддержки малого бизнеса
Другие	Сложно-сокращенный силлогизм	Приведение фактов по росту заболеваемости в регионе в сочетании с призывом оставаться дома
	Психологические уловки	Подробное выражение благодарности и восхищения врачам и др. службам, борющимся с коронавирусом, с целью заручиться поддержкой соответствующей части целевой аудитории; внушение (постоянное повторение: «оставайтесь дома»)

<sup>1</sup> Для анализа были использованы видеоматериалы с обращениями В.В. Путина, В. Зеленского, В. Кличко, патриарха Кирилла, папы римского Франциска и пр.

	Призывы	«церковь и государство говорят одно: оставайтесь дома»
	Аргумент к выгоде	«вирус в городе распространяется. Поймите это и не будьте легкомысленными»
	Аналогия	«после аварии на ЧАЭС угроза тоже была невидимой»

Отмечу, что здесь – далеко не полный перечень аргументативных средств, применяемых в выбранном корпусе текстов; я привожу только наиболее часто воспроизводимые аргументативные шаблоны, которые в силу их регулярной повторяемости мы можем считать устойчивыми аргументативными паттернами.

Какие выводы мы можем сделать из проведенного анализа аргументации?

Во-первых, в публичных выступлениях не приводится в явном виде доказательная аргументация. Однако мы можем восстановить сложно-сокращенное рассуждение, однотипное для всех речей. В качестве первой посылки приводятся факты о распространении коронавируса на той или иной территории, а на месте вывода оказывается призыв соблюдать режим самоизоляции (карантина).

Вот таким образом это выглядит в восстановленном виде:

1. Заболеваемость коронавирусом растет. 2. При росте заболеваемости увеличивается риск заразиться в общественном месте	При перемене посылок местами получаем modus ponens
Вывод: Сейчас увеличивается риск заражения в общественном месте	Превращение простого общеутвердительного суждения
Вывод: Риск заразиться не увеличится, при отказе от посещения общественных мест 2.3. Вы хотите, чтобы риск заразиться не увеличился	Силлогизм по 1 фигуре, Celarent
Вывод: Вы заинтересованы остаться дома	

При этом посылки 2 и 2.3 опускаются в силу их очевидности; кроме того, по-видимому делается ставка на психологический эффект первого аргумента, который должен вызвать тревогу и/или страх и соответственно способствовать принятию всей аргументации.

И во-вторых, один из самых популярных аргументативных паттернов сегодня – это аргумент к выгоде. Обратим внимание, что в разных формах он повторяется во всех трех группах аргументативных паттернов, включая нравственные. Интересно, что эта же тенденция наблюдается и в других типах современных текстов с делиберативной аргументацией (например, рекламных и политических). Я полагаю, это связано с тем, что распространение электронной текстовой культуры ведет к постепенному сведению текстов всех типов к шаблону текста продающего; эта тенденция наблюдается сегодня даже в научно-популярных статьях [2].

Соответственно, исходя из выявленных паттернов, современный стиль мышления мы можем характеризовать как мышление, ориентированное на выгоду и эмоциональное восприятие, а также не склонное к строгим рациональным построениям.

### Список литературы

1. Ивин А.А. Аргументация в процессах коммуникации. – М.: Проспект, 2017. – 384с.
2. Шапиро О.А. Трансформация аргументативных стратегий в современной популяризации науки // РАЦИО. – 2018. – №1(19). – С. 83–100.