

ARGUMENTATIVE TAKTIKEN DER KOMMUNIKANTEN IM DEUTSCHSPRACHIGEN DIALOGISCHEN AUFFORDERUNGSDISKURS

У статті запропоновано дискурсивний аналіз застосування адресантом аргументативної тактики як чинника раціонально-емоційного впливу в німецькомовному діалогічному спонукальному дискурсі, а також визначено лінгвокогнітивні засоби реалізації аргументативної тактики й специфіку розподілу емоційної інтенсивності в залежності від способу реалізації комунікативної інтенції ініціатора, на вибір якого певною мірою впливають статусні особливості комунікантів. Визначено, що на семантичному рівні аргументативні тактики реалізуються через синтаксичні конструкції відповідної модальності, а також через синтаксичні й стилістичні фігури (паралелізм чи анафора). Аргументативні тактики, як і інші комунікативні тактики, що застосовуються у дискурсі, виступають чинниками непрямого спонукального впливу на адресата. Вони зумовлені основним комунікативним наміром адресанта до успішної реалізації його комунікативної мети.

Ключові слова: адресат, адресант, аргумент, аргументативна тактика, спонукальний дискурс.

The article offers a discursive analysis of the argumentative tactics used by the addresser to exert rational and emotional influence in the German-speaking dialogic exhortative discourse. Linguo-cognitive means of argumentative tactics realization and the specificity of emotional intensity predetermined by the speaker's communicative intention and, to some extent, status. At the semantic level, argumentative tactics are realized by syntactic constructions of the relevant modality, as well as syntactic and stylistic tropes (parallelism or anaphor). Functional-communicative approach to the study of speech suggests that in some cases the dominance of the pragmatic factor over the semantic. In particular, argumentative statements of the communicators of the exhortative discourse are considered in the article as means of exhortation and expressing belief in the process of communication. Persuasion emerges in dialogical discourse as a logical process where the acceptance of the speaker's spoken or non-spoken actions depends solely on the nature of the argument as true statement and the method of linking the argument and thesis as demonstrative reasoning. The success of the speaker depends on how skillfully he will be able to pick out the arguments in favor of his interpretations, given the factors that play an important role in exhortation, in particular, the emotional one. Argumentative tactics, like other communicative tactics used in the discourse, act as factors of indirect addressee's inducement, they are primarily predetermined by the basic addresser's communicative intention of successful realization of his communicative purpose.

Key words: discourse, argument, argumentative tactics, communicator, exhortative influence.

Die linguistische Pragmatik als interdisziplinäres Forschungsgebiet ist mit einer Vielzahl von wissenschaftlichen Disziplinen der Geisteswissenschaften wie Philosophie, Logik, Semiotik, Soziolinguistik, Diskurs und anderen Wissenschaftsgebieten verbunden.

Die Argumentation als eine Art der Sprachbeeinflussung war u.a. Gegenstand der wissenschaftlichen Forschungen von Belova (2004), Demjankow (1984), Issers (2002), Eemeren (1994), Eiser (1986), Kopperschmidt (2005). Sie wird als eine der möglichen Arten der sprachlichen Beeinflussung, die hauptsächlich auf die rationale Sphäre des menschlichen Bewusstseins einwirkt, interpretiert, um den Kommunikanten von der Richtigkeit seiner Argumentation zu überzeugen, und der Prozess der Überzeugung und der Argumentation wird als eine Art Management des Denkens des Publikums unter dem Einfluss von Argumenten verstanden (Demjankow, 1984). Argumentation als Konzept bezieht sich auf einen logisch-kommunikativen Prozess (bzw. Sprachverfahren), der dazu dient, einen bestimmten Standpunkt zu rechtfertigen, um von einem individuellen oder kollektiven Empfänger wahrgenommen, verstanden und bzw. oder akzeptiert zu werden. Die Argumentationstheorie als eine Teildisziplin der Philosophie befasst sich nicht nur mit der Form von gebrauchten Argumenten, sondern auch wie, wo und von wem sie gebraucht werden.

Argumentative Äußerungen sind Sprachmittel, um Motivation und Überzeugung im Kommunikationsprozess auszudrücken. Überzeugung entsteht im dialogischen Diskurs als logischer Prozess, bei dem die Akzeptanz der gesprochenen oder nicht gesprochenen Handlungen des Sprechers ausschließlich von der Art des Arguments als wahrer Aussage und der Art der Verknüpfung von Argument und These als demonstrativer Begründung abhängt. Der Erfolg des Adressaten-Argumentators hängt davon ab, wie geschickt er oder sie die Argumente zugunsten seiner Interpretationen herausgreifen kann, und zwar angesichts der Faktoren, die im Aufforderungsprozess eine wichtige Rolle spielen, insbesondere der emotionalen Faktoren. Laut Grigorieva (2007, S. 72) sind die Bestandteile der Sprachäußerung “der Sprecher (oder der Adressat) und der Zuhörer (oder der Adressat) in der Fülle sozialer und psychologischer Rollen, Hintergrundwissen und nationalen und kulturellen Stereotypen, die Motive und der Zweck der Botschaft, die Absichten des Adressaten, ihre Einschätzung, Emotionen, Einstellung zur Realität, Inhalt der Botschaft, Ort und Zeit der Kommunikation, die dem Ausdruck von Neupositionierung und Implikation eigen sind” (Grigorieva, 2007).

Der vorliegende Beitrag hat zum Ziel, die Besonderheiten der Implementierung argumentativer Taktiken als einen Faktor rational-emotionaler Beeinflussung im deutschsprachigen dialogischen Aufforderungsdiskurs zu identifizieren und die Besonderheiten des Erfolgs der Aufforderungsinteraktion von Kommunikatoren zu beleuchten.

Um die Problematik der Diskursanalyse besser verstehen zu können, scheint der funktionale und kommunikative Sprachansatz unumgänglich. Es ermöglicht uns, über eine dynamische Sichtweise des Verhältnisses zwischen der Semantik und Pragmatik, sowie über die Dominanz einer Reihe von Fällen der Interaktion von Menschen mit einem pragmatischen Faktor über die Semantik zu sprechen, meint der ukrainische

Linguist Bacevych (Bacevych, 2010, S. 304). Der Wunsch, die sprachliche Kommunikation als soziale Handlung zu betrachten, hat die Sprachforschung als einen vielseitigen Prozess hervorgehoben. In einer bestimmten Kommunikationsphase werden die spezifischen Sprachaktionen des Adressaten mit dem Ziel der indirekten Beeinflussung eines anderen Kommunikators durch die Taktik der Sprachkommunikation organisiert. Die Bestandteile kommunikativer Taktiken im deutschsprachigen dialogischen Diskurs sind die kommunikative Erfahrung des Initiators und seine kommunikative Absicht. Auf dieser Basis wird eine kommunikative Strategie des Diskursinitiators gebildet. Ein effektiver Aufforderungsprozess wird nicht nur auf der rationalen Seite, sondern auch auf der emotionalen Seite der Persönlichkeit des Empfängers eingeleitet, die notwendige gleichzeitige Beeinflussung des Geistes und der Gefühle, die Beeinflussung nur des Bewusstseins der Person ist sehr oft eine wenig effektive Methode zur Beeinflussung ihres Verhaltens. Die Verteilung der emotionalen Intensität im Diskurs variiert je nach den angesprochenen Konzepten. Bei der Analyse der Sprechhandlungen, die aus den deutschsprachigen Werken der schöngestigen Literatur ausgegliedert sind, stellen wir eine Tendenz zur ungleichmäßigen Verteilung der emotionalen Belastung von Diskurseinheiten und deren Korrelation mit der Bedeutung für die Teilnehmer des Kommunikationsprozesses der Konzepte fest. Im Aufforderungskontext wird das Kommunikationsziel vom Adressaten durch ein wirksames strategisches Instrument emotionaler und rationaler Taktik erreicht. In den Diskursen, an denen gleichrangige Personen beteiligt sind, wird häufig argumentative Taktik angewendet, die mit der Taktik rational-emotionaler Beeinflussung zusammenhängt.

Im zielgerichteten Diskurs wird nur selten auf die rein emotionale Einflussnahme zurückgegriffen, was bestätigt, dass sowohl rein emotionale als auch rein rationale Aktivitäten in der Sprachinteraktion als Anomalie angesehen werden. Vorzugsweise greift der Adressat auf eine Taktik mit rationalem und emotionalem Einfluss auf den Adressanten zurück. Die argumentativen Aussagen der Kommunikanten des Aufforderungsdiskurses schließen diejenigen mit ein, durch die sich der aussagekräftige Inhalt und die illokutionäre Ausdruckskraft, die sich als kommunikative Absicht des Sprechers und die zu seiner Verwirklichung notwendigen Bedingungen ergeben, unterscheiden. Die unerlaubte Wirkung eines bestimmten Sprechakts entsteht durch das Zusammenspiel vieler Faktoren und setzt sich aus mehr oder weniger Komponenten zusammen, einschließlich der Merkmale des Adressaten und des Adressaten sowie der Zeit und des Ortes, die mit der Durchführung des Sprechakts verbunden sind.

Die Verwendung argumentativer Taktiken im Aufforderungsdiskurs wird dadurch verursacht, dass manchmal einer der Teilnehmer keine mächtigeren Einflussmittel als die Argumentationsmittel hat. Jedes Argument oder jede Kombination mehrerer Argumente in der Reihenfolge, in der sie im Diskurs präsentiert werden, fungiert als

thematische Entwicklung und strukturiert den anregenden Prozess, indem es gemäß einer Strategie der Überzeugung konstruiert wird. Diese Strategie beinhaltet das wichtigste Argument am Ende der Nachricht. Das Argumentationsbedürfnis entsteht im Stadium des Einsatzes anregender Interaktion, wenn mögliche Antworten formuliert werden, aber es ist nicht klar, welche man bevorzugt. Die Wirksamkeit der Verwendung der Argumentation als separate Sprachtaktik hängt in erster Linie davon ab, inwieweit die Sprachaktivität des Sprechers den Regeln der Argumentation selbst entspricht. Die Maxime der Rationalität betrifft in erster Linie die Selbstdarstellung des Initiators, das heißt, sie ist zielgerichtet. Das Maximum des Taktes wird tatsächlich auf den Adressatenfaktor reduziert. Das Maximum an Überzeugungskraft besteht darin, sich auf den Zweck der Argumentation zu konzentrieren – die Überzeugung des Adressaten.

In den Äußerungen der Kommunikanten des deutschsprachigen Diskurses wird argumentative Taktik durch eine prädikatenargumentative Struktur implementiert. Ein Argument ist ein Grund, ein Beweis, gerechtfertigt, eine Bestätigung von etwas. Das Argument wird in einer Kommunikationssituation als Aussage verwendet, die sowohl einzeln als auch in Kombination mit anderen Thesen verwendet werden kann, um die Richtigkeit der Aussage zu bestätigen. Wie unsere Analyse bestätigt, müssen unsere ausgewählten deutschsprachigen Diskurse, um mit Hilfe argumentativer Taktiken zu induzieren, alle eingereichten Argumente genügend bestätigte Informationen enthalten, die ausreichen müssen, um den Gesprächspartner von der Wahrheit des vorgelegten Urteils zu überzeugen. Der Adressat erkennt seine kommunikative Absicht, basierend auf seinem Hintergrundwissen über die Phänomene der Außenwelt und etablierte Normen des sozialen Verhaltens, an. Die kommunikativ-semantische Organisation von Sprachäußerungen beim Ausdruck eines Arguments im Kontext des deutschsprachigen dialogischen Diskurses wird durch die gezielte Platzierung sowohl seiner einzelnen lexikalischen und grammatikalischen Einheiten als auch seiner ganzen semantischen Einheiten erreicht. “Die Verteilung lexikalischer und grammatikalischer Einheiten auf Satzebene wird als aktuelle oder thematische und auf Diskursebene als kommunikative Aufteilung des Diskurses bezeichnet” (Jackson, 1980, S. 252).

Bei dem Versuch zu überzeugen, appelliert der Adressat häufig an die Tatsachen. Der Mechanismus, um Aufmerksamkeit zu erregen, ist elementar: Der Gesprächspartner muss interessiert sein, und Tatsachen sind das beste Bindeglied für die Sprachsituation. Tatsachen sind bekanntlich zwingende Argumente, weil sie neben ihrer Kernfunktion das Prinzip der Wahrhaftigkeit und der Unparteilichkeit (Vertrauen in die Objektivität der Tatsachen) umsetzen und damit das Vertrauen des Adressaten in den Inhalt der Nachricht und in die Person des Argumentierenden aktivieren. Wenden wir uns dem von Major Hunting initiierten Diskurs zu, der aus dem Roman “Das perfekte Alibi und andere Kriminalgeschichten” von G. Prodöhl

entnommen wurde. Mit seiner Strategie der Überzeugung will er die Adressantin Betty Martin dazu bewegen, zu erklären, dass ihr ehemaliger Fahrer Jim Nashweil der Mörder ihres Mannes ist. Der Initiator versucht, seinen Einfluss auf den Adressaten zu realisieren, indem er in der Anfangsphase des Gesprächs argumentative und rationale Taktiken anwendet. Die argumentativ-rationale Taktik der Beeinflussung des Adressaten hat eine Zweistufenstruktur: *“Erkenne, dass die Sache so ist, weil es etwas gibt”*. Er vernachlässigt die Regeln für den Aufbau derartiger Diskurse und verletzt das Maximum an Takt, begründet seine Position und stützt sich nur auf eine beträchtliche Anzahl von Tatsachen, die er für wahr hält:

1. *Wir wissen doch schon, dass Nashville es war.*
2. *Wir haben die Pistole bei ihm gefunden.*
3. *Die Untersuchung hat eindeutig ergeben, dass die Schüsse, die Ihren Mann töteten, aus diesem Revolver hier abgegeben wurden.*
4. *Hier ist das Protokoll über die Durchsuchung des Hotelzimmers.*
5. *Der Hotelportier war dabei anwesend und hat hier unterschrieben.*
6. *Hier der kriminal technische Bericht über die Waffenüberprüfung.*
7. *Das Obduktionsprotokoll, in dem die Geschosse identifiziert sind. (Prodöhl, PA, S. 180–183).*

Der Initiator gibt nicht nur konkrete Fakten, sondern appelliert auch an reale Konzepte. Solche lexikalischen Einheiten wie *die Pistole, die Untersuchung, die Durchsuchung des Hotelzimmers, die Waffenüberprüfung, das Obduktionsprotokoll* dienen als Argumente im Diskurs. Unter Argument verstehen wir sprachliche Einheiten, die im Aufforderungsdiskurs einen argumentativen Fokus bilden können (Franko, 2010, S. 84). Aufgrund ihrer inhärenten axiologischen Bedeutung stellen sie eine axiologische Perspektive des Diskurses vor (Belova, 2003, S. 132). Die Argumente zeichnen sich dadurch aus, dass sie in der Sprache der Kommunikatoren gespeichert und reproduziert werden, d.h. sie sind symbolisch und stereotypisch. Das hier analysierte Fragment enthält Argumente mit dem Vorzeichen (+), da sie nach Angaben des Adressaten Hunting darauf hindeuten, dass der ehemalige Fahrer Nashville der Mörder von George Martin ist.

Die Äußerung des Adressaten *“Es ist alles lückenlos. Es fehlt nur noch Ihre Aussage, dann kann die Anklage erhoben werden”* bewirkt die falsche Reaktion als solche, die er von ihr gehofft hatte. Betty Martins Reaktion in Form der rhetorischen Frage *“Brauchen Sie denn meine Aussage überhaupt noch?”* dient als Gegenargument und impliziert, dass die argumentative und rationale Taktik des Adressaten nicht funktioniert hat. Nachdem sie sich die obigen Argumente angehört hat, wirft sie eine Gegenfrage auf (rhetorische), in deren tiefgreifender semantischer Struktur eher eine Erstauntheit besteht, als dass sie sich bereit erklärt, eine Erklärung abzugeben. Dies

bedeutet, dass die Sprecherin antwortete: *“Gewiss, es muss alles so sein, wie Sie sagen, aber ich weiß es doch nicht. Brauchen Sie denn meine Aussage überhaupt noch?”* zeigt das Zögern zwischen der logischen Wahrnehmung und der emotionalen Orientierung von Betty Martins Bewusstsein an. Diese Entwicklung der Situation der kommunikativen Impulse wird durch die Tatsache untermauert, dass eine große Menge an Beweisen die Wirkung der Überzeugungskraft verringern kann. Der Initiator brachte Betty Martin trotz seiner fundierten Argumentation nicht dazu, die entsprechenden Maßnahmen zu ergreifen, eine Anklage zu erheben. Darüber hinaus wird die Notwendigkeit eines solchen Vorgehens trotz der vorgebrachten Argumente in Frage gestellt. Es wurde von ihm auf solche Weise ein argumentativen Fehler gemacht, der sich nur auf die Logik der Argumentation bezieht, weil er den Appell an die Gefühle und Emotionen der Adressantin Martin ignoriert. Der Initiator der Kommunikation steht vor einer Entscheidung: Er ist gezwungen, entweder weitere Impulsaktionen abzulehnen und diesen Vorgang als erfolglos anzuerkennen oder erneut zu versuchen, Betty Martin zu beeinflussen, nachdem er bereits eine andere Taktik angewandt hat, nämlich die Taktik des emotional-rational stimulierenden Einflusses.

In dem Bestreben, eine Wirkung zu erzielen, unternimmt der Initiator Hunting einen weiteren Versuch, Betty Martin dazu zu bewegen, sich diesmal der anderen Seite der Persönlichkeit der Adressantin zuzuwenden – ihrem emotionalen und psychologischen Zustand. Er macht jetzt eine Reihe anderer Argumente:

1. *Ihr Mann ist ermordet worden.*
2. *Das ganze Land ist darüber empört.*
3. *Man wird Ihre Zurückhaltung anders deuten.*
4. *Denken Sie auch an das Geschäftsunternehmen Ihres Mannes, das sie jetzt verwalten müssen. Sie ruinieren es mit einem Schlag.*
5. *Man wird es boykottieren, wenn man erfährt, dass Sie den Mörder decken wollen.* (Prodöhl, PA, S. 180–183).

Der gezielte emotional-rationale Einfluss des Adressaten hat mehrere Hauptrichtungen des psychologischen Handelns. Im Diskurs dominieren optische Motive, d. h. Äußerungen, die keine direkten Befehle oder Forderungen enthalten. In seinem breiteren kommunikativ-pragmatischen Kontext kann man das Ziel des Themas deutlich verfolgen, die Witwe von Martins zu beeinflussen. Auf eine tiefe Erregung und ein Gefühl der Trauer und Empörung, das auch im ganzen Land geteilt wird, wird Bezug genommen. Die Aussage (1) definiert man als Aussage über die Tatsache des Mordes an George Martins, der die Adressantin nicht gleichgültig lassen kann. Ihre tiefe semantische Bedeutung hat eine praktische Richtung, nämlich es wird nicht jemand anderes getötet, sondern *“dein Ehemann”*, betont der Adressat. Das Ziel des nächsten Redeschritts ist der Wunsch der Initiatorin, dem Adressaten das Bewusstsein

der Öffentlichkeit für das Unglück mit ihrem Ehemann zu vermitteln. Die denotative Bedeutung der lexikalischen Einheit „*Land*“ im Umfeld *ganz, ist empört* hat eine praktische emotionale und psychologische Belastung. Die Aussagen 4 und 5 sind eine logische Zusammenfassung dessen, worüber Betty Martin schweigen könnte. Verlegen über die emotional motivierenden und argumentationsstarken Aussagen des Initiators, stimmt sie dem Vorschlag des Adressaten zu, eine Aussage zu machen, und verweist auf Jim als Mörder.

Nach der Analyse der Sprechhandlungen im analysierten Diskurs gelingt es dem Adressaten erst durch starken psychologischen Einfluss, einen Zustand starken emotionalen Ungleichgewichts und Aufregens bei der Adressantin hervorzurufen und auf ihre Emotionen und Gefühle einzuwirken, um die gewünschte kommunikative Wirkung zu erzielen und um sie zu ermutigen. Das angeführte Fragment zeigt, dass die Argumentation als sozial deterministischer Prozess die Gefühle und den Verstand der Kommunikationsteilnehmer anspricht, indem sie das eine oder andere Mittel wählt. Die Festlegung der Wahl richtet sich nach den Besonderheiten der Situationsoptimierung des Sprechaktes, des Thesaurus und der Kommunikationskompetenz der Gesprächspartner.

Ein funktionaler Kommunikationsansatz zur Sprachforschung erlaubt es uns, in einigen Fällen einen pragmatischen Faktor über die Semantik zu behaupten. Insbesondere die argumentativen Aussagen der Kommunikatoren des Aufforderungsdiskurses dienen als Sprachmittel, um die Motivation im Kommunikationsprozess auszudrücken. Im deutschsprachigen Diskurs werden argumentative Taktiken vom Adressaten durch die Verwendung von Wiederholungszahlen als ein sprachlich-stilistisches Argumentationsmittel umgesetzt. Die Anapher wird in den analysierten Diskursen verwendet, um eine bedingungsbezogene Situation zu bilden, die wiederum einen Aufruf zum Handeln des Sprechers oder der Rede hervorruft.

Die Verteilung der emotionalen Intensität in ihrer pragmatischen Struktur hängt von der Art der Verwirklichung der Kommunikationsabsicht des Initiators ab, dessen Wahl in gewissem Maße von den Statusmerkmalen beider Kommunikatoren beeinflusst wird. Auf der semantischen Ebene wird die argumentative Taktik durch syntaktische Konstruktionen der relevanten Modalität, syntaktischen, stilistischen Figuren (Parallelität oder Anapher) realisiert. Die argumentativen Taktiken wirken wie andere kommunikative Taktiken, die im Diskurs verwendet werden, als indirekte Aufforderung des Adressaten, vor allem aufgrund der grundlegenden kommunikativen Absicht des Adressaten, seinen kommunikativen Zweck erfolgreich zu erfüllen.

LITERATUR

- Баранов, А. Н. (1990). Аргументация как языковой и когнитивный феномен. В Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов (Ред.), *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации* (с. 40–52). Москва: Высшая школа.

- Бацевич, Ф. С. (2010). *Нариси з лінгвістичної прагматики* [монографія]. Львів: ПАІС.
- Белова, А. Д. (2003). *Лингвистические аспекты аргументации*. Киев: Издательство ЛОГОС.
- Григорьева, В. С. (2007). *Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты* [монографія]. Тамбов: Издательство Тамбовского государственного технического университета.
- Демьянков, В. З. (1984). Коммуникативное воздействие на структуру сознания. В *Роль языка в структурировании сознания* (Ч. 1, с. 138–161). Москва: Институт философии АН СССР.
- Иссерс, О. С. (2002). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Наука.
- Франко, О. Б. (2010). *Спонукальний дискурс (на матеріалі німецькомовних художніх творів ХХ ст.)*. Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Dijk, T. A. van (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press.
- Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (1994). Analyzing Argumentative Discourse. In F. H. van Eemeren & R. Grootendorst (Eds.), *Studies in Pragma-Dialectics* (pp. 145–164). Dordrecht: ICG Printing.
- Eiser, J. (1986). *Social psychology: attitudes, cognition and social behavior*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Jackson, S., Jacobs, S. (1980). Structure of conversational argument: Pragmatic bases for the enthymeme. *The Quarterly Journal of Speech*, 66(3), 251–265.
- Kopperschmidt, J. (2005). *Argumentationstheorie zur Einführung*. Hamburg: Junius Verlag GmbH.
- Prodöhl, PA: Prodöhl G. (1985). *Das perfekte Alibi und andere Kriminalgeschichten*. Moskau: Verlag Raduga.

REFERENCES

- Baranov, A. N. (1990). Arhumentatsiya kak yazykovoі i kohnityvnyi fenomen. V F. M. Berezin, E. F. Tarasov (Red.), *Rechevoe vozdeistvie v sfere massovoi kommunykatsii* (s. 40–52). Moskva: Vysshiaia shkola,
- Batsevych, F. S. (2010). *Narysy z lnhvistychnoi prahmatyky [monohrafyia]*. Lviv: PAIS.
- Belova, A. D. (2003). *Linhvisticheskie aspekty arhumentatsyi*. Kiev: Yzdatelstvo LOHOS.
- Hrihoreva, V. S. (2007). *Diskurs kak element kommunikativnoho protsessa: prahmalynhvisticheskyi i kohnitivnyi aspekty [monohrafyia]*. Tambov: Izdatelstvo Tambovskoho hosudarstvennoho tekhnicheskoho universiteta.
- Demiankov, V. Z. (1984). Kommunikativnoe vozdeistvie na strukturu soznaniia. V *Rol yazyka v strukturirovanii soznaniia* (Ch.1, s. 138–161). Moskva: Instytut filosofii AN SSSR.
- Issers, O. S. (2002). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechy*. Moskva: Nauka.
- Franko, O. B. (2010). *Sponukalnyy dyskurs (na materialy nimetskomovnykh khudozhnikh tvoriv XX st.)*. Kyiv: Vydavnychy tsestr KNLU.
- Dijk, T. A. van (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press.

- Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (1994). Analyzing Argumentative Discourse. In F. H. van Eemeren & R. Grootendorst (Eds.), *Studies in Pragma-Dialectics* (pp. 145–164). Dordrecht: ICG Printing.
- Eiser, J. (1986). *Social psychology: attitudes, cognition and social behavior*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Jackson, S., Jacobs, S. (1980). Structure of conversational argument: Pragmatic bases for the enthymeme. *The Quarterly Journal of Speech*, 66(3), 251–265.
- Kopperschmidt, J. (2005). *Argumentationstheorie zur Einführung*. Hamburg: Junius Verlag GmbH.
- Prodöhl, PA: Prodöhl G. (1985). *Das perfekte Alibi und andere Kriminalgeschichten*. Moskau: Verlag Raduga.

Ivanenko, Svitlana
Nationale Pädagogische Mykhajlo-Drahomanov-Universität

GEDICHTE ÜBER DICHTER ALS ZEUGNISSE DER STILGENESE VON ROSE AUSLÄNDER

У статті йдеться про генезу поетичного стилю видатної німецькомовної письменниці з Чернівців Рози Ауслендер, яка починала свою літературну творчість під впливом класичної і неоромантичної шкіл, характерних також і для інших німецькомовних поетів Буковини. Результати аналізу поезій раннього і пізнього періодів її творчості, присвячених поетам, підтвердили тезу про відхід авторки від написання віршів відповідно до усталених канонів віршування, що призвело до утвердження в її творчості неримованої поезії без дотримання строфічної архітекτονіки за використання ритмів вільної форми, але також влучної, прозорої, стислої метафорики, що відбулося під впливом пережитих страждань поетки у часи другої світової війни (страхіння Чернівецького тетто, трагічна доля євреїв, переслідування з боку КДБ Радянського Союзу).

Ключові слова: генеза поетичного стилю, ритм, рима, строфа, метафора, ямб, анапест.

The article deals with the genesis of the poetic style of the prominent German-speaking writer from Chernivtsi, Rose Ausländer, who began her literary work under the influence of classical and neo-romantic schools. It was also characteristic for the other German-speaking poets of Bukovina. The results of her works (devoted to the poets) analysis, at early and late periods, confirmed the author's leaving the process of writing poetry in accordance with the established canons, which led to the approval of non-rhymed poetry in her work without observing strophic architectonics, using free-form rhythms, together with a transparent, concise metaphor. That all came under the influence of the poet sufferings during the Second World War (the ghetto of Cernauti fears, the tragic fate of the Jews, the persecution by the Soviet Union KGB and other more). Particularly striking differences in style are recorded in poetry dedicated to the same poet, as in Paul Celan's poems, for example "For P.A." and "Paul Celan", "Paul Celan's Grave". The first poem has