

**ՓԱՍՏԱՐԿՈՂ ԵՎ ՊԵՐՍՈՒԱԶԻՎ ԳԻՍԿՈՒՐՄՆԵՐԻ
ՓՈԽՆԵՐԹԱՓԱՆՑԵԼԻՈՒԹՅԱՆ ԽՆԴԻՐԸ
ԱՌՑԱՆՑ ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԽՆԴՐԱԳՐՈՒՄ**

Սույն հոդվածի նպատակն է ուսումնասիրել պերսուազիվ և փաստարկող դիսկուրսների հաղորդակցական առանձնահատկությունները, քննել դիսկուրսի այս երկու տարատեսակների փոխկապակցվածության հարցը էլեկտրոնային դիսկուրսի տարատեսակ հանդիսացող առցանց էլ. խնդրագրում: Փորձ է արվում լուսարանել այն հանգամանքը, որ դիսկուրսի այս տարատեսակների տարանջատումը միանշանակ չէ, և որոշ դեպքերում դրանք փոխներթափանցում են՝ կախված հաղորդակցական պայմաններից և նպատակներից, ինչը մեծապես նպաստում է համոզման գործառույթի իրացման արդյունավետությանը:

Բանալի բառեր. *դիսկուրսի վերլուծություն, պերսուազիվ հաղորդակցություն, փաստարկում, փաստարկող դիսկուրս, դիսկուրսի փոխներթափանցելիություն, պերսուազիվ դիսկուրս, առցանց էլ. խնդրագիր, էլեկտրոնային դիսկուրս*

Գործարանության մեջ կապակցված խոսքը՝ դիսկուրսը, ուսումնասիրվում է որպես խոսքային գործունեություն, որի ընթացքում կիրառվում են կոնկրետ իրադրությամբ ձևավորված և խոսակիցերի առջև դրված խնդիրներով պայմանավորված հաղորդակցական միջոցներ (Brown, Yule, 1983; van Dijk, 1997; Պարոնյան, 2011): Խոսքային հաղորդակցման ընթացքում փաստարկումն ընկալվում է որպես մարդկային գործունեության տեսակ, որում առաջին պլան են մղվում բանական մարդու առանձնահատկությունները, հաղորդակցվող կողմերի շահերը, նրանց փոխհարաբերությունները, միմյանց հասկանալու ունակությունները, այսինքն՝ մարդկային գործունը: Որպես պերսուազիվ հաղորդակցության տարատեսակ՝ փաստարկման գործընթացին մույնպես բնորոշ է համոզման գործառույթը: Այն համարվում է տրամաբանական խոսքի միջոցով մարդկանց վրա ներագդելու արվեստ, երբ խոսքը կերպերից մեկը ստիպում կամ համոզում է մյուսին հավատալ և ընդունել ներկայացվող կարծիքի ճշմարտացիությունը (O’Neill, 1925; Բրուտյան, 1997; Rottenberg, 2000; Johnson et al., 2002):

Փաստարկող դիսկուրսի գաղափարը առաջադրվում է Ֆ. վան Էեմերենի, Ռ. Գրոտտենդորստի մշակած փաստարկման պրագմատիկալեկտիկական տեսության մեջ: Նրանք նշում են, որ խոսքային հաղորդակցության այն տեսակը, որին բնորոշ է լեզվական միջոցներով հաղորդակցվող կողմերի միջև ծագած տարակարծություններ հարթելու գործընթաց, պետք է ուսումնասիրվի որպես դիսկուրսի հատուկ տեսակ: Ուստի, փաստարկում ասելով՝ նրանք հասկանում են խոսքային, սոցիալական և տրամաբանական այն գործընթացը, որի նպատակն է համոզել մտածող և խոսքն արժևորող մարդուն՝ ընդունելու ներկայացված տեսակետը: Այս գործընթացը տեղի է ունենում իրար հաջորդող

փաստարկների առաջադրմամբ, որոնք միտված են հաստատելու և ապացուցելու ներկայացված տեսակետը (van Eemeren et al., 2002; van Eemeren, Grootendorst, 2004, վան Էեմերեն և այլք, 2004):

Պերսուազիան սահմանվում է որպես խոսքերներից մեկի կողմից մյուսի դիրքորոշման և գործողությունների վրա ներազդելու կանխամտածված և նպատակադրված փորձ (Zanden, 1977: 11): Ռ. Լակոֆը պերսուազիան սահմանում է որպես հաղորդակցման գործընթացի մասնակիցներից մեկի կողմից մյուսի վարքը, զգացմունքները, կարծիքը կամ նպատակները փոխելու փորձ կամ մտադրություն (Lakoff, 1982: 28): Վ. Բրեմբեքը Վ. Հոուելը համոզումը համարում են հաղորդակցության տեսակ, որի նպատակն է ազդել անհատի ընտրության վրա: Սակայն, հարկ է նշել, որ պերսուազիվ հաղորդակցության ժամանակ համաձայնությունը շեշտակիորեն անհամաչափ է, քանի որ դա տեղի է ունենում հաղորդակցվող կողմերից մեկի հաշվին, հոգուտ մյուսի. համոզվողն ընդունում է համոզողի տեսակետը (Brembeck, Howell, 1976: 11-19):

Պետք է նշել, որ համոզման և փաստարկման փոխկապակցվածության վերաբերյալ բավականին հակասական կարծիքներ կան: Մի դեպքում դրանք խոսքային գործունեության առանձին ձևեր են դիտվում: Այսպես, Ռ. Հյուբերը և Ա. Սնայդերը գտնում են, որ պերսուազիայի հիմքում ընկած է խաղարկային միջոցներով կատարվող կառավարումը, այն ուղղված է ազդելու խոսքերից զգացմունքների վրա, մինչդեռ փաստարկումը ռացիոնալ ձևով համոզելու գործընթաց է (Huber, Snider, 2006: 3): Ս. Բերնեթը և Հ. Բիդաուն ևս հստակորեն տարանջատում են պերսուազիան փաստարկումից՝ վերջինս դիտելով որպես համոզման ձև, որը հենվում է բանականության վրա. այն առաջարկում է պնդումներ, որոնք հիմք են հանդիսանում այլ պնդումների համար: Մինչդեռ, պերսուազիան ունի ավելի լայն իմաստ. դրա նպատակն է առավելություն ձեռք բերել հասցեատիրոջ նկատմամբ՝ հիմնավորումներ բերելով և զգացմունքներին դիմելով: Այդուհանդերձ, որպեսզի փաստարկումն արդյունավետ լինի, այն պետք է համոզիչ կերպով ներկայացվի, այսինքն՝ հասցեատիրոջ վրա համոզման գործառույթ իրացնելու համար պետք է համապատասխան խոսելաձև կիրառվի (Bernet, Bedau, 2005: 68):

Մեկ այլ տեսակետի համաձայն պերսուազիան մեծ մասամբ հիմնված է փաստարկման վրա, քանի որ կիրառվում են ոչ միայն տրամաբանական փաստարկներ, այլև գնահատողական դատողություններ՝ ազդեցություն գործելով հասցեատիրոջ զգացմունքների վրա: Թ. Շնայդերը նշում է, որ պերսուազիան այն գործընթացն է, որտեղ խոսողը և լսողը միավորվում են, և խոսողը որոշակի լսելի և տեսանելի խորհրդանշական նշաններ հաղորդելու միջոցով փորձում է գիտակցաբար ազդել լսողի տեսակետի կամ գործողությունների վրա (Scheidel, 1967: 9): Խ.Պերելմանի կարծիքով, փաստարկման նպատակն է ձեռք բերել հասցեատիրոջ համաձայնությունը և մտովի սերտ կապ ստեղծել փաստարկող կողմերի միջև (Perelman, *Olbrechts-Tyteca*, 1969): Գ. Բրուտյանը ևս մոտեցնում է պերսուազիայի և փաստարկման սահմանները՝ փաստարկումը բնորոշելով որպես համոզիչ խոսք, կամ խոսք, որը համոզում է:

Նրա պնդմամբ փաստարկումը դատողության ձև է, մտածողական գործընթացի բանական ակտ կամ այնպիսի կշռադատություն, որի ընթացքում կողմերից մեկը որևէ պնդում է առաջադրում և փորձում հակառակորդի հետաքրքրությունն առաջացնել և համոզել նրան առաջադրված դրույթի ճշմարտության ու նպատակահարմարության մեջ՝ սպացուցներ բերելով պնդման ճշմարտացիության օգտին: Այդպիսով՝ փաստարկողը փորձում է հակառակորդին իր համախոհը և առաջադրված թեզի իրականացման համամասնակիցը դարձնել (Բրուտյան, 1997):

Այսպես, տարբեր տեսակետների ուսումնասիրության արդյունքում կարելի է նշել, որ պերսուազիվ դիսկուրսի և փաստարկող դիսկուրսի միջև հիմնական տարբերությունը հետևյալն է. փաստարկումը դիսկուրսի հաղորդակցական տեսակ է, որի նպատակն է հաստատել բանախոսի առաջադրած դրույթների ճշմարտացիությունը և հասնել համաձայնության՝ քննարկվող հարցի շուրջ առաջադրված դիրքորոշման ճշմարտացիության համոզմունք ձևավորելու շնորհիվ: Փաստարկումը հաջողված է համարվում միայն այն դեպքում, երբ ընդդիմախոսը հրաժարվում է իր դիրքորոշումից և հակափաստարկի ճնշման տակ ընդունում է բանախոսի դիրքորոշումը: Հատկանշական է, որ փաստարկող դիսկուրսում փաստարկները կարող են հենված լինել ինչպես բանական դրույթների, այնպես էլ գնահատողական դատողությունների վրա:

Մինչդեռ պերսուազիվ դիսկուրսում հասցեագրի նպատակը ցանկալի դիրքորոշում ձևավորելու և կոնկրետ հետհաղորդակցական գործողությունների մղելու գործընթաց է: Պերսուազիվ դիսկուրսում իրացվող համոզումը կարելի է մասամբ հաջողված համարել, եթե հասցեատերը փոխել է իր սկզբնական դիրքորոշումը կոնկրետ հարցի շուրջ և լիովին հաջողված՝ երբ նրա վարքի մեջ փոփոխություն է նկատվում հոգուտ հասցեագրի դիրքորոշման: Այն հարցին, թե որ խոսելաձևն է ավելի արդյունավետ՝ բանականությանն ուղղված փաստարկները, թե մարդկանց հույզերին դիմելը, կախված է նաև մի շարք արտալեզվական գործոններից, ինչպես՝ հասցեագրի և նրա գաղափարների նկատմամբ վերաբերմունքը, հասցեատիրոջ նախնական դիրքորոշման ամրությունը, նրա գիտելիքների պաշարը, սեռը և այլն:

Փաստարկող դիսկուրսի տարատեսակներից կարելի է համարել բանակցությունը, քննարկումները, բանավեճերը, վիճաբանությունները, տարբեր բնույթի խնդիրների շուրջ դատողություններով արտահայտվելը: Մինչդեռ պերսուազիվ դիսկուրսի շարքին կարելի է դասել գովազդը, դատավորի խոսքը, քաղաքական գործչի խոսքը, տպագիր մամուլում կամ էլեկտրոնային թերթերում հրապարակվող հոդվածների ճնշող մեծամասնությունը, ինչպես նաև խնդրագրերը:

Այնուամենայնիվ, գործնականում իրապես դժվար է հստակ և խիստ սահմանագատում դնել հաղորդակցության այս երկու տարատեսակների միջև: Որոշակի իրադրություններում, երբ գերիշխող է դառնում հասցեագրին որոշակի գործողությունների մղելու պերսուազիվ նպատակը, փաստարկող դիսկուրսը վեր է ածվում պերսուազիվ դիսկուրսի, և ընդհակառակը՝ պերսուազիվը

վերածվում է փաստարկողի, երբ կարևորվում է որևէ դատողության իսկության հաստատումը կամ ժխտումը:

Մեր ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ փաստարկող դիսկուրսի և պերսուազիվ դիսկուրսի փոխկապակցվածության և փոխներփաթափանցման գործընթացն առավել վառ է արտահայտված էլեկտրոնային դիսկուրսի տարատեսակ հանդիսացող առցանց էլ. խնդրագրում: Այստեղ պերսուազիվ հաղորդակցությունն ընկալվում է որպես հասցեագրի առաջադրած դատողությունների և եզրահանգումների ճշմարտացիության հանդեպ վստահություն ձեռք բերելու գործընթաց, որի հիմքում մի կողմից տրամաբանական և ճշմարտացի փաստարկների միջոցով հասցեատիրոջ բանականության վրա ներազդելն է, մյուս կողմից հուզարտահայտչական միջոցներով, լեզվական և արտալեզվական տարատեսակ հնարներով նրա զգացմունքների վրա ներգործելը, որն էլ առաջացնում է ոգևորություն և կոնկրետ գործողությունների դիմելու բուռն ցանկություն: Հետևաբար՝ առցանց էլ. խնդրագրում խոսքային ներազդումը ներառում է երկու գործընթաց.

1. հիմնավորման, ապացուցման գործընթաց, որն ուղղված է առաջ քաշված տեսակետի, դիրքորոշման ճշմարտացիության հաստատմանն ու ապացուցմանը,



2. համոզման գործընթաց, որն ուղղված է առաջադրված և հաստատված դրույթի ընդունմանը, սպա՝ հասցեատիրոջ դիրքորոշման և հետհաղորդակցական վարքի փոփոխմանը:

Այսպես՝ քննությամբ պարզ է դառնում, որ առցանց էլ. խնդրագրում արծարծվող խնդրի շուրջ հասցեագրի ներկայացրած տեսակետի հիմնադրույթը պաշտպանելու և հաստատելու համար առաջադրվում են դրական կամ բացասական գնահատողական վերաբերմունք պարունակող փաստարկներ կամ դրույթներ՝ երբեմն նաև զուգահեռներ անցկացնելով դրանց առավելությունների և թերությունների միջև: Այն, ի վերջո, դրոյում է ընդունել գնահատողական վերաբերմունքի հիմքի վրա ձևավորված նախընտրելի վարքագիծը՝ որպես առաջացած խնդրի հանգուցալուծման լավագույն և արդյունավետ ճանապարհ:

Օրինակ՝ քննենք մի առցանց էլ. խնդրագիր, որում բարձրաձայնվում է Ավստրալիայում ծովային կրեաների որսը արգելելու խնդիրը: Այստեղ հասցեագրի տեսակետն արտահայտվում է հետևյալ հիմնադրույթով.

Sea turtles are important to our eco-system particularly the marine system, and if we allow this culling to happen for too much longer, they will be extinct, and our marine environment WILL suffer!

Այնուհետև բերվում են տեսակետը հաստատող պատճառահետևանքային փաստարկներ, որոնք խնդրագրին հակիրճություն հաղորդելու,

պատճառահետևանքային կապերն առավել ակնհայտ դարձնելու նպատակով շարադրվում են մեկ ընդարձակ նախադասությամբ՝ վերջում հանգելով հիմնադրություն ներկայացված տեսակետին.

Sea turtles contribute to our environment in the way of keeping the marine life going by eating sea grass (like normal lawn grass that needs to be mowed to keep a lawn healthy), the sea bed needs to be kept healthy to keep going and keep everything alive, and the seabeds provide breeding ground and developmental grounds for all other marine species and in turn marine life contribute to OUR land environment by providing a balance in the air and water, and their eggs provide nutrition to the vegetation on the beach and dunes too, so sea turtles are extremely important.

Ապա՝ խնդրագրին հուզարտահայտչական նրբերանգներ հաղորդելու և օգտատերերի զգացմունքների վրա ներգործելու նպատակով հիմնադրություններ ներկայացվում են հռետորական հարցերի միջոցով, որոնք, ելնելով հասցեագրի հաղորդակցական մտադրությունից և համատեքստի բովանդակությունից՝ ստանում են առաջարկի, խորհրդի, կշտամբանքի իլլոկուտիվ իմաստ: Առցանց էլ. խնդրագրի համատեքստում հռետորական հարցերի գործածությամբ հասցեագիրը ենթադրում է, որ օգտատերերը կընդունեն, որ դրան կարելի է միայն մեկ խելամիտ պատասխան տալ, որ նրանք կհասկանան հասցեագրի չգրված պատասխանն ու կհամաձայնեն դրա հետ: Հռետորական հարցի կիրառմամբ հեղինակը մեծացնում է խնդրագրի հուզական ներգործությունը, քանի որ այն դառնում է նրա ապրումների, տրամադրության, վերաբերմունքի դրսևորման յուրօրինակ միջոց: Պետք է ասել, որ, որպես մարտավարական հմար, խնդրագրի հեղինակը հռետորական հարց պարունակող վերջին ասույթը կետադրում է ոչ թե հարցական, այլ բացականչական նշանով (!)՝ ասելիքին խստապահանջության շունչ հաղորդելու և դրա կարևորությունը շեշտելու նպատակով,

Would YOU want your life taken away cruelly by someone else the way people have killed these turtles? Would you want your beaches to disappear or become unsafe? (because as mentioned above, turtles provide the nutrients to keep the sea going) And would you want your survival needs taken away from you if turtles are killed off!

Խնդրագրի այս մասում գործածված would you want արտահայտությամբ սկսվող զուգահեռ շարահյուսական կառույցները, որտեղ տարբեր ձևակերպումներով միևնույն միտքն է կրկնվում ևս միտված են հուզական երանգ հաղորդել խնդրագրին և համապատասխան զգացական տեղաշարժ կատարել հասցեատիրոջ հոգեկան ներաշխարհում:

Այնուհետև, խնդրագրի վերջում համապատասխան եզրահանգում է արվում և ներկայացվում է կոնկրետ գործողություն կատարելու և որոշակի քայլերի դիմելու կոչ: Ամփոփումը ուժեղացնում է խնդրագրի բուն մասում ասվածը՝ ցանկալի արձագանք ստանալու ակնկալիքով: Խնդրագրի հեղինակը

օգտատերերի ուշադրությունը բևեռում է խնդրի լուծման վրա և ստեղծված տիան իրավիճակից դուրս գալու կոնկրետ գործողություններ է մատնանշում: Մույն հրամայական ասույթների ճնշումը մեղմելու նպատակով հասցեագիրը կիրառում է please եղանակավորող բառը, որի շնորհիվ ասույթը ավելի քաղաքավարի և մեղմ բնույթ է ստանում՝ կարծես թե քողարկելով ասույթի դրդման, հորդորման իլլոկուտիվ իմաստը: Խնդրագրի ավարտին հասցեագիրը իր շնորհակալությունն է հայտնում՝ ներակա ձևով ակնարկելով, որ խնդրին համապատասխան լուծում չտալու դեպքում անխուսափելի հետևանքներ կարող են առաջանալ.

Please help us save the turtles. They have been around for millions of years even after dinosaurs became extinct, so we really need to keep the sea turtles alive and breeding.

Please sign the petition and pass it around by email, facebook, twitter and other networking sites.

Thank you for your compassion and support in this cause. (<http://www.gopetition.com/petitions/stop-sea-turtles-being-cut-up-and-killed-in-australia.html>)

Ընդհանրացնելով վերն ասվածը՝ նշենք, պերսուազիվ հաղորդակցության յուրօրինակ տարատեսակ հանդիսացող առցանց էլ. խնդրագրի մեր քննությունը բերում է համոզման, որ այն ենթադրում է տրամաբանական փաստարկման հենքով իրագործվող հաղորդակցական գործունեության որոշակի փուլային քայլեր.

- ✓ ներկայացնել փաստերի վրա հիմնվող տեսակետ որևէ երևույթի կամ խնդրի վերաբերյալ,
- ✓ հաստատել այդ տեսակետը և ապացուցել, որ այն ճիշտ է,
- ✓ համոզվածության հոգեվիճակ առաջացնել հասցեատիրոջ մոտ,
- ✓ հասցեատիրոջը մղել որոշակի անհատական կամ հասարակական հետհաղորդակցական վարքի դրսևորման:

Ընդամին, պերսուազիվ հաղորդակցության մեջ տրամաբանական հիմնավորմանը մեծ չափով նպաստում է ներագդելու գործոնը, երբ հասցեատիրոջ վրա ներգործելիս կարևորվում են և տրամաբանական փաստարկները, և հուզական վիճակ ստեղծելը: Առցանց էլ. խնդրագրում պերսուազիվ նպատակի հաջող իրագործման համար հավասարապես կիրառվում են ինչպես փաստարկման գործընթացին բնորոշ տրամաբանված և համոզիչ փաստարկներով հասցեատիրոջ բանականությանը դիմելու հանգամանքը, այնպես էլ պերսուազիային բնորոշ հոգեվեզվաբանական գործոնները, որոնք միտված են ներագդելու հասցեատիրոջ հոգեկան ներաշխարհի, ապա նաև նրա հետհաղորդակցական գործողությունների վրա՝ մղելով նրանց կոնկրետ վարքի դրսևորման:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Պարոնյան Շ. Լեզվաճանաչողություն և դիսկուրս, Երևան, ԵՊՀ հրատ., 2011:
2. Էններեն վան Ֆ., Գրոտտենդորստ Ռ., Հենկեմանս Ֆ.Ս. Փաստարկում. վերլուծություն, արժևորում, ներկայացում (թարգմ. Լ. Զիլֆուղարյան), Երևան, Նաիրի, 2004:
3. Բրուսյան Գ. Փաստարկման էությունն ու բաղադրատարրերը, Երևան, ՀՀ ԳԱԱ Գիտություն, Մխիթար Գ-ոչ, 1997:
4. Bettinghaus P.E. Persuasive communication, 3rd ed. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1980.
5. Bernet S., Bedau H. Critical thinking, reading and writing: A brief Guide to Argument. 5th ed., Boston, Mass.: Bedford Books of St. Martin's Press, 2005.
6. Brembeck W.L., Howell W.S. Persuasion: A Means of Social Influence. London: Englewood Cliffs, 1976.
7. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
8. Dijk van T.A (ed.) Discourse as Structure and Process: A Multidisciplinary Introduction. Vol. 1, London: SAGE Publ., 1997.
9. Eemeren van F. H., Grootendorst R., Francisca A., Henkemans F. S. Argumentaion: Analysis, Evaluation, Presentation. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002.
10. Eemeren van F. H., Grootendorst R. A Systemic Theory of Argumentation: The Pragma-dialectical Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
11. Huber R. B., Snider A. C. Influencing Through Argument. USA: IDEBATE Press Books, 2006.
12. Johnson R. H., Ohlbach H. J, Gabbay D. M. (ed.) Handbook of the Logic of Argument and Inference: The Turn towards the Practical. Amsterdam: Elsevier Science B.V, 2002.
13. Lakoff R. T. Persuasive Discourse and Ordinary Conversation with Examples from Advertising // D. Tannen (ed.), Analyzing Discourse: Text and Talk. Washington D.C.: Georgetown University Press, 1982.
14. O'Neill J. M. Argumentation and Debate. New York: MacMillan, 1925.
15. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation. London: University of Notre Dame Press, 1969.
16. Rottenberg A. T. The Structure of Argument. 3rd edition, USA: Betford/St. Martin's, 2000.
17. Scheidel T. Persuasive Speaking. Glenview (111.): Scott, Foreman and Co., 1967.
18. Zanden V. W. J. Social Psychology. New York: Random House, 1977.
19. <http://www.gopetition.com/petitions/stop-sea-turtles-being-cut-up-and-killed-in-australia.html>

С. КАЛТАХЧЯН – Проблема взаимопроникновения аргументативного и персуазивного дискурсов в онлайн электронной петиции. – Настоящая статья посвящена исследованию коммуникативных особенностей персуазивного и аргументативного дискурсов и изучению вопроса их взаимосвязанности. Исследование показывает, что разделение этих двух типов дискурса не является однозначным и в некоторых случаях наблюдается их взаимопроникновение в зависимости от условий и целей коммуникации. По итогам исследования автор приходит к выводу, что для успешной реализации коммуникативной цели и функции убеждения персуазивной коммуникации в онлайн эл. петиции большое значение имеют как обращение к разуму адресата логичными и убедительными аргументами, свойственными процессу аргументации, так и характерные для персуазивного дискурса психолингвистические факторы, призванные оказывать воздействие на эмоциональную сферу адресата, а с этим и на его посткоммуникативные действия.

Ключевые слова: анализ дискурса, взаимопроникновение дискурсов, аргументация, персуазивная коммуникация, аргументативный дискурс, персуазивный дискурс, электронный дискурс, онлайн эл. петиция

S. GHALTAKHCHYAN – The Problem of Interpenetration of Argumentative and Persuasive Discourses in Online Electronic Petition. – The aim of the present paper is to study the discursive-communicative peculiarities of persuasive and argumentative discourses and to examine the interconnection of these two types of discourses in one of the modern manifestations of electronic discourses, namely, in online el. petition. An attempt is made to illustrate the fact that in some speech situations, the above-mentioned types of discourses can interpenetrate, depending on the communicative purpose and conditions, which contributes greatly to the effective realization of the persuasive intent.

Key words: discourse analysis, discourse interpenetration, persuasive communication, argumentation, argumentative discourse, persuasive discourse, electronic discourse, online el. petition