

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՍԻՐԱՆՈՒՇ ԽԱՉԱՏՈՒՐԻ ՂԱԹԱՆԽՉՅԱՆ

ԱՆԳԼԵՐԵՆ ՊԵՐՍՈՒԱԶԻՎ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅԱՆ
ԼԵԶՎԱԳՈՐԾԱԲԱՆԱԿԱՆ ՀԱՅԵՑԱԿԵՐՊԸ
(առցանց էլեկտրոնային խնդրագրում)

Ժ. 02.07 - «Գերմանական լեզուներ» մասնագիտությամբ
բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական
աստիճանի հայցման ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ – 2014

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝

բանասիրական գիտությունների
դոկտոր, դոցենտ Շ.Յ. Պարոնյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

բանասիրական գիտությունների
դոկտոր, պրոֆեսոր Ա.Ա. Հովհաննիսյան

բանասիրական գիտությունների
թեկնածու, դոցենտ Գ.Յ. Մուրադյան

Առաջատար կազմակերպություն՝

«Ինտերլինգվա» լեզվագիտական
համալսարան

Ատենախոսության պաշտպանությունը կայանալու է 2014թ. մարտի 26-ին՝
ժամը 11:00-ին, ՀՀ ԲՈՂ-ի՝ ԵՊՀ-ում գործող Օտար լեզուների 009 մասնագիտական
խորհրդի նիստում (հասցե՝ Երևան, Ալեք Մանուկյան 1):

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2014թ. փետրվարի 24-ին:

Մասնագիտական խորհրդի
գիտական քարտուղար,
բ.գ.դ., պրոֆեսոր՝



Ե.Լ. Երզնկյան

Առջանց էլեկտրոնային խնդրագրով պետությանը դիմելու միջոցը, ժողովրդավարության արդի դրսևորումներից մեկն է, որի հիմնական նպատակը մարդկանց իրավագիտակցության բարձրացումն է: Խնդրագրերի միջոցով աշխարհի տարբեր ծայրերում ապրող օգտատերերին հնարավորություն է ընձեռվում իրար հայտնելու իրենց տեսածն ու լսածը՝ առանց ժամանակի և տարածության սահմանափակման, համախմբվելու կոնկրետ խնդրի շուրջ և օժանդակելու միմյանց՝ հանուն արդար ու խաղաղ կյանքի: Ընդսմին, առջանց էլ. խնդրագրի կիրառումը համացանցի կողմից կառավարվող աշխարհում հասարակական կարծիք ձևավորելու և ժողովրդավարական շատ երկրներում իշխանությունների վրա ներազդելու, հասարակական կյանքի տարբեր բնագավառներում փոփոխությունների կամ բարեփոխումների հասնելու փորձերի ամենաարագ, քաղաքակիրթ և արդյունավետ դրսևորումն է:

Սույն ատենախոսության մեջ առջանց էլ. խնդրագրով պետությանը դիմելը դիտարկվում է որպես պերսուազիվ հաղորդակցության ձև, որը տեղեկատվության հաղորդման գործառույթի հետ մեկտեղ իրացնում է նաև համոզման գործառույթ: Առջանց էլ. խնդրագրից համարվում է պերսուազիվ դիսկուրսի տարատեսակ, որը ձևավորվում է պերսուազիվ հաղորդակցությանը բնորոշ ներազդման հաղորդակցական սկզբունքների համաձայն:

Աշխատանքի **ուսումնասիրության առարկան** պերսուազիվ հաղորդակցությունն է, որը գործառնական լեզվաբանության դիտանկյունից ընկալվում է որպես պերլոկուտիվ ակտի՝ համոզման, դրսևորում:

Ատենախոսության **նպատակն** է ուսումնասիրել պերսուազիվ հաղորդակցության լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները միջնորդավորված, տվյալ դեպքում առջանց հաղորդակցման մեջ և վեր հանել համոզման գործառույթի արդյունավետ իրացման նախապայմաններն ու լեզվական միջոցներն առջանց էլ. խնդրագրում:

Սույն նպատակի իրականացման համար աշխատանքում առաջադրվել են հետևյալ **խնդիրները**.

1. լուսաբանել պերսուազիվ հաղորդակցության և պերսուազիվ դիսկուրսի լեզվագործաբանական հայեցակերպը,
2. որոշարկել խնդրագրի՝ որպես առջանց էլ. դիսկուրսի, ոճաժանրային առանձնահատկությունները,
3. վեր հանել համոզման գործառույթի լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները պերսուազիվ դիսկուրսում և լուսաբանել դրա իրացման ձևերը առջանց էլ. խնդրագրում,
4. ուսումնասիրել առջանց էլ. խնդրագրի՝ որպես պերսուազիվ դիսկուրսի, կառուցվածքային և լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները,
5. ուսումնասիրել առջանց էլ. խնդրագրի հաջողվածությունը գնահատելու հայեցակարգը և պերլոկուտիվ գործառույթի հաջող իրացմանը նպաստող լեզվական ու արտալեզվական միջոցները,
6. վերլուծել պերսուազիվ հաղորդակցությանը բնորոշ ռազմավարական սկզբունքների և մարտավարական միջոցների կիրառության առանձնահատկությունները առջանց էլ. դիսկուրսում:

Սույն ուսումնասիրությունը **նորույթ** է նախ և առաջ հետազոտության օբյեկտի՝ առջանց էլ. խնդրագրի ընտրության առումով, քանի որ այն ինքնին

նորաստեղծ երևույթ է և դեռևս լեզվաբանական խորը քննության չի ենթարկվել: Նորույթ է նաև համոզման գործառույթի միջնորդավորված իրացման քննությունը առցանց էլ. խնդրագրում և վերջինիս կառուցվածքային և լեզվագործաբանական առանձնահատկությունների քննությունը: Որպես նորույթ կարելի է մշել նաև պերսուազիվ հաղորդակցության հաջող իրացմանն առնչվող խնդիրների քննությունը առցանց էլ. խնդրագրում:

Թեմայի **արդիականությունը** պայմանավորված է նրանով, որ անդրադարձ է արվում ժամանակակից հասարակական կյանքում կարևոր դեր ունեցող երևույթի՝ լեզվական միջոցներով մարդկանց գիտակցության վրա ներազդմանը, որն իրագործվում է համոզման պերլոկուտիվ գործառույթի միջոցով: Առցանց էլ. խնդրագիրը պետության ժողովրդավարացման հիմքերը ամրապնդելու արդյունավետ միջոց է, հետևաբար պետության և հասարակության փոխներգործության այս ձևի ուսումնասիրությունը և դրա արդյունավետության վերհանումը մեծապես կնպաստի հասարակական գիտակցության զարգացմանը, ուղիներ կնախանջի հասարակական կյանքում ծագող բազմաբնույթ տարակարծություններ խաղաղ ճանապարհով լուծելու համար:

Աշխատանքի **տեսական արժեքը** պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ այն լրացնում է գործաբանության և խոսքային ակտերի տեսության մեջ մեծ կարևորություն ունեցող իմաստային դաշտերից մեկի՝ պերլոկուցիայի քննությանն առնչվող բացերը: Ուսումնասիրության արդյունքները որոշակի ներդրում են նաև ճանաչողական լեզվաբանության և փաստարկման տեսության մեջ, քանի որ թույլ են տալիս նորովի գնահատելու լեզվամտածողության ոլորտին առնչվող կարևոր տրամաբանական գործողություններից մեկի՝ փաստարկման գործընթացի առկայացումը խոսքում, երբ այն իրացվում է միջնորդավորված հաղորդակցման պայմաններում հասցեատիրոջ վրա ներազդելու, նրան համոզելու նպատակով:

Աշխատանքի **գործնական արժեքն** այն է, որ ուսումնասիրության արդյունքները հնարավորություն կտան համակարգել համոզման գործառույթի արդյունավետ իրացման ձևերը խոսքում և մշակել խոսքային ներազդման ռազմավարական ծրագրեր և հաղորդակցական կադապարներ: Ուսումնասիրության արդյունքները կարող են կիրառվել անգլերենի դասավանդման գործնական դասընթացներում, գործաբանական լեզվաբանության, ճանաչողական լեզվաբանության, էլեկտրոնային հաղորդակցության, փաստարկման ու դիսկուրսի տեսության խնդիրները լուսաբանող տեսական դասընթացներում և համապատասխան ուսումնամեթոդական ձեռնարկներում:

Աշխատանքը կարող է նաև հիմք ծառայել հայ իրականության մեջ հասարակական կյանքի տարբեր բնագավառներում բարեփոխումներ կատարելու ժամանակակից, ավելի քաղաքակիրթ ու արդյունավետ միջոցներ ձևավորելու համար:

Աշխատանքի **մեթոդաբանական հիմքը** պայմանավորված է ատենախոսության մեջ առաջադրված նպատակներով և խնդիրներով: Ուսումնասիրությունը կատարվել է լեզվագործաբանական, համատեքստային և նկարագրական մեթոդների կիրառմամբ, ինչը թույլ է տալիս հետազոտել առցանց էլ. դիսկուրսի կազմում ընդգրկված խոսքային ակտերի իլլոկուտիվ և պերլոկուտիվ գործառույթների իրացումը լեզվական և արտալեզվական միջոցների օգնությամբ:

Ֆետագոտության *փաստական նյութը* կիրեր տարածության մեջ, այսինքն՝ համացանցում, ստեղծված հատուկ վեբկայքերում տեղակայված առցանց էլ. խնդրագրերն են /թվով շուրջ 1000/: Նյութի ընտրությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ առցանց էլ. խնդրագրում առավել ցայտուն են դրսևորվում պերսուազիվ հաղորդակցության լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները:

Աշխատանքը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, որոնք ըստ ամիրաժեշտության, բաժանվում են ենթագլուխների, ուսումնասիրության հիմնահարցերը լուսաբանող ու լրացնող ծանոթագրություններից, եզրակացությունից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածից:

Ներածության մեջ ներկայացվում են ուսումնասիրության հիմնահարցերը, որոշարկվում են ուսումնասիրության նպատակն ու խնդիրները, հիմնավորվում են թեմայի ընտրությունը, արդիականությունն ու նորույթը, գործնական և տեսական արժեքը, մեթոդաբանական հիմքը:

Առաջին գլուխը (**«Անգլերեն պերսուազիվ դիսկուրսի լեզվագործաբանական բնութագիրը»**) բաղկացած է երեք ենթագլուխներից: Այս գլխում ուսումնասիրվում են պերսուազիվ հաղորդակցության, մասնավորապես՝ պերսուազիվ դիսկուրսի հաղորդակցական առանձնահատկությունները, լուսաբանվում է խնդրագրի՝ որպես առցանց էլ. դիսկուրսի տարատեսակի, գործառույթային ոլորտը, որոշարկվում պերսուազիվ ներագոյնից լեզվագործաբանական դրսևորման առանձնահատկություններն առցանց էլ. խնդրագրում:

Առաջին ենթագլխում (**«Անգլերեն պերսուազիվ դիսկուրսի հաղորդակցական առանձնահատկությունները»**) քննության են առնվում դիսկուրսի վերլուծությանն առնչվող տեսական խնդիրները, դիսկուրսը վերլուծելու երեք հիմնական ուղղությունները՝ կառուցվածքային, ըստ որի դիսկուրսը դիտվում է որպես բարդ շարահյուսական վերաստրայային միավոր, գործառույթային, ըստ որի դիսկուրսն ընկալվում է որպես լեզվի կիրառում՝ խոսք և իրադրային, ըստ որի դիսկուրսը ներառում է հաղորդակցության սոցիալ-հոգեբանական և մշակութային գործոնները և պայմանավորված է կոնկրետ խոսքային իրադրությամբ:¹

Նշվում է, որ նորարարական հեռահաղորդակցական տեխնոլոգիաների, մասնավորապես՝ համացանցի լայն տարածման արդյունքում ստեղծվել է դիսկուրսի ավելի բարդ և յուրօրինակ ձև, որն իր բնույթով ո՛չ գրավոր է, ո՛չ բանավոր: Դիսկուրսի այս տեսակն անվանվում է էլեկտրոնային դիսկուրս, որն իր առանձնահատկությունների շնորհիվ համարվում է հաղորդակցման «երրորդ միջոց»:² Այն գրավոր խոսքի նման գրի է առնվում, սակայն ընթերցումը հաճախ ակնթարթային է տեղի ունենում, և բանավոր խոսքի պես այն տարածական և ժամանակային սահմանափակման չի ենթարկվում: Ընդամին, էլեկտրոնային դիսկուրսում, բանավոր և գրավոր դիսկուրսի սահմանները գրեթե վերանուն են, ինչի արդյունքում հաղորդակցական նոր

¹Brown G., Yule G. Discourse Analysis, Cambridge: Cambridge University Press, 1983; Dijk van T.A.(ed.) Discourse as Structure and Process: A Multidisciplinary Introduction, Vol.1, London: SAGE Publ., 1997; Պարոնյան Շ. Լեզվաճանաչողություն և դիսկուրս, Երևան, ԵՊՀ հրատ., 2011.

²Crystal D. Language and the Internet, Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

միջոցներ են ստեղծվում և պերսուազիվ հաղորդակցական նպատակն իրագործելու նոր ռազմավարական սկզբունքներ են ձևավորվում:

Ելնելով այն հանգամանքից, որ առջանց էլ. խնդրագիրը նոր զարգացող միջնորդավորված դիսկուրսի տարբերակ է, փորձ է արվում որոշարկել առջանց էլ. խնդրագրի տեղն ու դերը դիսկուրսի գործառական ոճերի և ժանրերի ընդգրկում համակարգում: Հաշվի առնելով առջանց էլ. խնդրագրի հաղորդակցական նպատակներն ու գործառույթները՝ տեղեկատվության հաղորդման և համոզման, ինչպես նաև դրա դերը հասարակական կյանքում, ցույց է տրվում, որ այն պետք է ընդգրկել հրապարակախոսական ոճի կազմում: Այնուհետև հիմնվելով այն գաղափարի վրա, որ առջանց էլ. խնդրագիրը պետական պատկան մարմիններին առջանց եղանակով ուղղված դիմում-խնդրանք-պահանջ լինելով հանդերձ՝ բաց է հանրության համար և ուղղված է առաջին հերթին հենց լայն հասարակությանը, նշվում է, որ այն հասարակական կամ բաց նամակի յուրօրինակ էլեկտրոնային տարբերակ է և պետք է դասվի էպիստոլյար ժանրին:

Երկրորդ ենթազխում *(«խնդրագիրը որպես առջանց էլեկտրոնային դիսկուրսի տարատեսակ»)* խոսվում է միջնորդավորված, այսինքն՝ համակարգչի միջոցով հաղորդակցման արդյունքում ստեղծված զանգվածային հաղորդակցության նոր որակների մասին: Տարբեր դարաշրջաններում բացահայտվել և կիրառվել են մարդկանց դիրքորոշումները փոխելու և հասարակական վարքի վրա ներազդելու նպատակ հետապնդող տեղեկատվության հաղորդման տարբեր միջոցներ: Վերջին տասնամյակներում ստեղծվել է առջանց սոցիալական լրատվամիջոցների միջոցով հասարակական հարաբերություններ զարգացնելու մշակույթ:³ Դրա դրսևորումներից մեկը առջանց էլ. խնդրագիրն է, որը կատարում է մարդկանց դիրքորոշումների վրա ներազդման և հասարակական կարծիքի ուղղորդման գործառույթ:

Այս ենթազխում ուսումնասիրվում են խնդրագրի ձևավորման պատմական հիմքերը, ինչի հիման վրա տարբերակվում են պատմական տարբեր ժամանակաշրջաններում խնդրագրի դրսևորման տարբեր ձևերը՝ ավանդական և ժամանակակից, որոնք պերսուազիվ նպատակի հաջող իրագործման համար տարբեր ռազմավարություն են մշակում: Ներկայումս նորարարական տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման և տարածման պայմաններում պետությանը խնդրագրով դիմելու ավանդույթը ստացել է նոր ձևաչափ: Առջանց էլ. խնդրագրով պետությանը դիմելը մարդկանց հնարավորություն է տալիս հասարակական հեղինակություն ստեղծել՝ երկրի կառավարմանը մասնակցելու և որոշակի ազդեցություն ձեռք բերելու նպատակով: Դրա առաքելությունը հետևյալն է. վերացնել անջրպետը մեր ունեցած աշխարհի և մեր երագած աշխարհի միջև:⁴ Այս նպատակով ստեղծված բազմաթիվ վիրտուալ համայնքները և սոցիալական կայքերը հնարավորություն են տալիս հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներում

³Earl J., Kimport K. Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age, Cambridge, MA.: Massachusetts Institute of Technology Press, 2011; Auty C. (ed.) Politics and Government in the Age of the Internet //Aslib Proceedings. New Information Perspectives, vol.57, N4, UK, Emerald Group Pbl. Limited, 2005.

⁴ www.avaaz.org/en/about.php

գործող միլիոնավոր մարդկանց համընդհանուր, տարածաշրջանային և ազգային խնդիրները (սկսած կաշառակերությունից և աղքատությունից, վերջացրած կլիմայի փոփոխությամբ) լուծելու միջոցներ ձեռք առնել:⁵ Այս կայքերի շնորհիվ հազարավոր մարդկանց թեկուզ և փոքր ջանքերը արագ միավորվում և հզոր կոլեկտիվ ներուժ են դառնում:

Ի տարբերություն խնդրագրի մյուս տարատեսակների, առցանց էլ. խնդրագրում փորձ է արվում խնդիրը առավելագույնս հստակ, հեշտ ըմբռնելի դարձնել հասարակության լայն շերտերի համար, ինչը պայմանավորված է անզլերենի համաշխարհայնացման հանգամանքով և այս դեպքում, մեծապես նպաստում է համոզման գործառույթի հաջող իրացմանը:

Երրորդ ենթագլուխը (*«Պերսուազիվ ներազդման լեզվագործաբանական դրսևորումն առցանց էլեկտրոնային խնդրագրում»*) նվիրված է պերսուազիվ դիսկուրսի լեզվագործաբանական քննությանը, որի շրջանակներում խոսքը դիտվում է որպես խոսքակերպի ուղղված նպատակային վարքի դրսևորում և կարևորվում է կիրառվող ասույթների հաղորդակցական դիտավորությունը: Աշխատանքում պերսուազիվ հաղորդակցությունը դիտվում է որպես համոզման գործառույթ իրացնող խոսքային գործունեություն, որտեղ հասցեագրի նպատակն է որոշակիորեն ներազդել հասցեատիրոջ մտածելակերպի և նրա հետհաղորդակցական գործողությունների վրա: Հաղորդակցությունը պերսուազիվ է համարվում նպակցված խոսքի մակարդակում, երբ քննության են առնվում այն կազմող տարրերը և տվյալ խոսքաշարը համադրվում է հաղորդակցական համատեքստի հետ:

Սույն խնդիրները լուսաբանելու նպատակով այս ենթագլխում ուսումնասիրվում է խոսքային ակտերի պերլոկուտիվ մակարդակը, որը վերաբերում է խոսքակերպի զգացմունքների, մտքերի կամ գործողությունների վրա հասցեագրի կողմից կիրառվող ասույթի կատարած ազդեցությանը՝ խոսքային գործունեության արդյունքին կամ հետևանքին: Քննվում են պերլոկուտիվ ակտի առանձնահատկությունները, ի մի են բերվում պերլոկուտիվ ազդեցության ուսումնասիրությանն առնչվող մոտեցումներ:⁶

Քննության են առնվում առցանց էլ. խնդրագրերում կիրառվող խոսքային ակտերը, որոնց օգնությամբ հասցեագիրը ձգտում է հասնել արդյունավետ պերլոկուտիվ ազդեցության, այսինքն՝ ներազդել օգտատերերի գիտակցության վրա, նրանց մոտ ցանկալի կարծիք կամ դիրքորոշում ձևավորել և մղել որոշակի հետհաղորդակցական վարքի դրսևորման: Այս առումով, աշխատանքում փորձ է արվում քննել, թե համոզման նպատակ հետապնդող առցանց էլ. խնդրագրում ինչպես է հասցեագիրը տարբեր իլլոկուտիվ իմաստներ արտահայտող խոսքային ակտերի օգնությամբ փորձում հասնել արդյունավետ պերլոկուտիվ ազդեցության, այլ կերպ ասած՝ որոշակի տեղեկատվություն հաղորդելով՝ ներազդել օգտատերերի

⁵www.Petitiononline.com; www.thepetitionsite.com; www.GoPetition.com; www.change.org; www.avaaz.org; www.PetitionSpot.com; www.ipetitions.com; www.epetition.direct.gov.UK; www.whitehouse.gov/petitions; www.petition24.com; www.activism.com.

⁶Gaines R. N. Doing by Saying: Toward a Theory of Perlocution. Quarterly Journal of Speech, N 65, 1979; Davis S. Perlocution // Speech Act Theory and Pragmatics, J. Searle, F. Kiefer, Bierwisch, (eds.) Dordrecht: Reidel, 1980.

գիտակցության և հոգեկան ներաշխարհի վրա, նրանց մոտ ցանկալի կարծիք կամ դիրքորոշում ձևավորել և մղել նրանց որոշակի գործողությունների, տվյալ դեպքում՝ առցանց էլ. խնդրագրին աստարելու, դրա օգտին էլ. ստորագրություններ և մեկնաբանություններ թողելու:

Օրինակ, քննության առնելով առցանց էլ. խնդրագրին աստարելու և դրա օգտին ստորագրելու դրդումները՝ նկատում ենք, որ դրանք արտահայտելու նպատակով տարբեր տիպի խոսքային ակտեր են կիրառվում, մասնավորապես՝ խնդրանք, հորդոր, կոչ, հրահանգ արտահայտող խոսքային ակտեր, ինչը պայմանավորված է արծարծվող խնդրի կարևորությամբ, շարադրման ոճով, տվյալ խնդրագրի կառուցվածքում ասույթի զբաղեցրած տեղով և մի շարք այլ հանգամանքներով: Հետևյալ օրինակներում խնդրագրի օգտին ստորագրելու դրդումն արտահայտված է խնդրանքի, հորդորի, կոչի, հրահանգի օգնությամբ.

Please sign the petition and pass it around; I need your signatures.; Could I ask you to sign the petition for the sake of human welfare?; So please do sign the petition.; Sign today and protect the arctic from future distruction.; Help us to put pressure on the Swiss government to stop killing feral cats by signing this petition.

Երկրորդ գլուխը («Համոզման գործառույթի իրացման խնդիրն առցանց էլեկտրոնային խնդրագրում») բաղկացած է երեք ենթագլուխներից: Այս գլխում քննարկվում են միջնորդավորված՝ առցանց ներազդման սոցիալ-հոգեբանական առանձնահատկությունները, ուսումնասիրվում է համոզման գործառույթի իրացման հարցը փաստարկման ընթացքում և, մասնավորապես՝ առցանց էլ. դիսկուրսում, քննության են առնվում առցանց էլ. խնդրագրի հաջողվածությանն առնչվող խնդիրներ:

Առաջին ենթագլուխը (**«Առցանց ներազդման սոցիալ-հոգեբանական առանձնահատկություններն էլեկտրոնային խնդրագրում»**) նվիրված է միջնորդավորված խոսքային գործունեության ընթացքում կիրառվող արտալեզվական, հոգեբանական գործոնների քննությանը: Ընդհանուր առմամբ, սոցիալ-հոգեբանության մեջ նշվում է մարդկանց համոզելու՝ նրանց դիրքորոշումները փոխելու, նրանց տեսակետների վրա ներազդելու երկու հիմնական ուղի՝ կենտրոնական, երբ կարևորվում է հաղորդվող նյութը, դրա կառուցվածքը, շարադրանքը, իսկ արտալեզվական միջոցները մղվում են երկրորդ պլան, և ծայրամասային կամ երկրորդական, երբ շեշտն ավելի շատ դրվում է, ոչ թե կոնկրետ դիսկուրսի, այլ լրացուցիչ գործոնների վրա, որոնք տարբեր խոսքային իրադրություններում կարող են տարբեր լինել:⁷ Քննությամբ պարզ է դառնում, որ համոզման լրացուցիչ գործոնները, որոնք հոգեբանության մեջ անվանվում են տրամադրությունը կառավարելու միջոցներ, մեծապես նպաստում են համոզման գործառույթի իրացմանը և պերլոկուտիվ ազդեցության արդյունավետությանը: Դրանք հիմնականում միտված են պերուազիվ ուղերժի հանդեպ ցանկալի տրամադրվածություն ստեղծելուն, ինչը նվազեցնում է ինքնապաշտպանության և սեփական

⁷Petty R.E., Cacioppo J.T. Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches, USA: Westview Press, 1996.

դիրքորոշումը փոխելու դիմադրություն առաջացնելու զգացումը:⁸ Հետևաբար եթե լեզվական միջոցների օգտագործմամբ հասցեագիրն ազդում է օգտատերերի գիտակցության, տրամաբանության, մտածողության վրա, ապա արտալեզվական գործոնները նպատակ ունեն ներգործելու նրանց հոգևոր ներաշխարհի վրա:

Սույն ենթագլխում որպես արտալեզվական գործոններ քննվում են առցանց էլ. խնդրագրում կիրառվող տեխնիկական հնարները (նկարներ, տեսաձայնագրություն, լսաձայնագրություն և այլն), որոնք, զուգակցվելով տպագիր տեքստի ներլեզվական միջոցների հետ, ապահովում են համապատասխան զգացական տեղաշարժ: Դրանք նաև առանձին փաստարկ են դառնում խնդրի հավաստիությունը, կարևորությունն ու հրատապությունը շեշտելու և օգտատերերի մոտ դրա անհապաղ լուծման անհրաժեշտության մեջ վստահություն ձևավորելու համար:

Որպես օրինակ կարելի է բերել կենդանիների պաշտպանության թեմային նվիրված առցանց էլ. խնդրագրերից մեկում բերված պնդումը՝

Hundreds of dolphins are dying a slow, agonising death every year in brutal hunts from trauma and blood loss.

Հասցեագիրը հուզական երանգ է հաղորդում տվյալ ասույթին և շեշտում մարդկանց անողոք լինելու փաստը՝ կիրառելով *dying a slow, agonising death; brutal hunts; trauma and blood loss* հուզականորեն հագեցած արտահայտությունները, որոնց բացասական երանգավորումն ավելի է շեշտվում *hundreds of* քանակական և *every year* ժամանակային ցուցիչների կիրառմամբ: Այնուամենայնիվ, նշված լեզվական միավորներն այդքան տպավորիչ չէին լինի և խնդրագիրը մարդկանց հիշողության մեջ չէր դրոշմվի, եթե տեքստին կցված չլինեին անխղճորեն սպանված կենդանիների նկարներ:

Էլեկտրոնային տեքստը ավելի տպավորիչ դարձնելու, օգտատերերի մեջ ցանկալի հույզեր ու զանազան զգացողություններ արթնացնելու, նրանց մտքի և վարքի վրա հնարավորինս իշխելու նպատակով, կարևորվում են նաև արտաքին ձևավորման կամ տպագրական հնարները՝ առանցքային բառը կամ արտահայտությունը շեղատառերով, թավ տառերով կամ գլխատառերով առանձնացնելը, դրանք ընդգծելը և այլն:

Երկրորդ ենթագլխում (*«Համոզման գործառույթի առանձնահատկությունները փաստարկման գործընթացում»*) ներկայացվում են խոսքային գործունեության տարատեսակներից մեկին՝ փաստարկմանն առնչվող խնդիրներ, փորձ է արվում որոշարկել պերսուազիայի և փաստարկման ոլորտների էությունը, վեր հանել դրանց կապը: Նշվում է, որ փաստարկման հիմնական նպատակը բանական համոզումն է, տրամաբանական փաստարկների միջոցով որևէ դիրքորոշման կամ պնդումների ճշմարտացիության ապացուցումը և համոզումների ձևավորումը⁹, մինչդեռ

⁸Smith M.J. Persuasion and Human Action, Belmont: Wadsworth, 1982; Coon D. Essentials of Psychology: Exploration and Application, 5th ed., USA: West Publishing Company, 1991.

⁹Eemeren van F.H., Grootendorst R.A. Systemic Theory of Argumentation: The Pragma-dialectical Approach, Cambridge: Cambridge University Press, 2004; Брутян Г.А. Очерк теории аргументации, Ереван: изд. АН Армении, 1992.

պերսուազիան խոսքը գիտակցության, զգացմունքների և հոգեկան ներաշխարհի վրա ներգործելու միջոցով նրան ցանկալի դիրքորոշման և կոնկրետ հետհաղորդակցական գործողությունների մղելու գործընթաց է: Պերսուազիվ դիսկուրսուն իրացվող համոզումը կարելի է մասամբ հաջողված համարել, եթե խոսքը փոխել է իր սկզբնական դիրքորոշումը կոնկրետ հարցի շուրջ և լիովին հաջողված՝ երբ նրա վարքի մեջ փոփոխություն է նկատվում հօգուտ խոսողի դիրքորոշման:¹⁰

Այնուամենայնիվ, գործնականում իրապես դժվար է հստակ և խիստ սահմանազատում դնել հաղորդակցման այս երկու տարատեսակների միջև: Կոնկրետ առջանց էլ. խնդրագրում պերսուազիան ընկալվում է որպես խոսողի առաջադրած դատողությունների և եզրահանգումների ճշմարտացիության համոզեալ վստահություն ձեռք բերելու գործընթաց, որի հիմքում մի կողմից տրամաբանական և ճշմարտացի փաստարկների միջոցով խոսքը բանականության վրա ներազդելն է, մյուս կողմից հուզարտահայտչական միջոցներով նրա զգացմունքների վրա ներգործելը, որն էլ առաջացնում է ոգևորություն և կոնկրետ գործողությունների դիմելու բուռն ցանկություն:

Կատարված ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ առջանց էլ. խնդրագրում կիրառվում է բացահայտ դիրքորոշման ռազմավարությունը, երբ ակնհայտորեն ներկայացվում է հասցեագրի տեսակետը, որը պաշտպանելու համար նախընտրելի է համարվում մեկից ավելի միակողմանի փաստարկներ առաջադրելու ռազմավարությունը, ինչը հավանաբար երկակի ընկալումից և հակասական փաստարկների ձևավորումից խուսափելու և պերսուազիվ հաղորդակցության ընկալումից անմիջապես հետո ցանկալի արձագանք առաջացնելու նպատակ ունի:

Օրինակ, հետևյալ առջանց էլ. խնդրագրում քննարկվում է Դուբլինի ծովածոցի մոտակայքում նավթարդյունաբերական գործողություններն արգելելու խնդիրը, և հասցեագիրը մանրամասն, բայց բավականին հակիրճ ներկայացնում է հիմնախնդիրը, որին հաջորդում է հասցեագրի տեսակետը ներկայացնող պնդում.

The Save Our Seafont Campaign together with Protect Our Coast and a number of local business owners, political representatives and individuals in the Dublin area have come together to oppose the application and possible granting of a foreshore license to drill for oil and gas just 6 km off the coast of Dublin Bay. {...}

The group are deeply concerned about the potential impact to the environment should there be an oil spill or a gas leak.

Ապա՝ հերթականությամբ բերվում են սույն տեսակետը պաշտպանող և դրա ճշմարտացիությունը հաստատող կոնկրետ միակողմանի փաստարկներ.

¹⁰Bettinghaus P.E. Persuasive Communication, 3-rd ed., New York, Holt, Rinehart and Winston, 1980; Halmari H., Virtanen T. (ed.) Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach, USA: John Benjamins Publ. Company, 2005; Larson Ch.U. Persuasion: Reception and Responsibility, 13th ed., Belmont: Wadsworth, CENGAGE Learning, 2012.

The bay would be contaminated for decades; marine life would be seriously affected including a number of rare species in this special conservation area. In the case of a gas leak, evacuation of homes along the coast would be necessary. Pollution and mess would be an unavoidable consequence of the extraction process itself. {...}

The proposed drilling is too close to shore. The Irish State and people do not stand to gain from any gas/oil find. Any find will lead to the full industrialisation of Dublin Bay, an area of special conservation and a major tourist attraction.

[/www.gopetition.com/petitions/keep-dublin-bay-oil-free-no-oil-rigs-in-our-bay.html/](http://www.gopetition.com/petitions/keep-dublin-bay-oil-free-no-oil-rigs-in-our-bay.html/)

Հարկ է նշել, որ պերլոկուտիվ նպատակի արդյունավետ իրագործման համար էական նշանակություն ունի համոզման ռազմավարությունը, տվյալ դեպքում փաստարկների շարադրման տրամաբանությունը, դրանց հաջորդականությունը: Առջանց էլ, խնդրագրում առավել արդյունավետ է գործում ուժեղացող փաստարկման ռազմավարությունը, այսինքն՝ պակաս կարևոր փաստարկներից անցում դեպի առավել կարևոր և ազդեցիկ փաստարկների: Այս ռազմավարության շնորհիվ օգտատերերի վրա գործադրվող պերլոկուտիվ ազդեցությունը աստիճանաբար հասնում է գագաթնակետին, իսկ դրան անմիջապես հետևում է խնդրագրի վերջում ներկայացվող կոնկրետ հետադրողակցական վարք դրսևորելու կոչ, պահանջ:

Հաճախ համացանցի պահանջներով՝ էլեկտրոնային էջի վրա քիչ տեղ զբաղացնելու և օգտատերերից հնարավորինս կարճ ժամանակ խլելու հանգամանքով պայմանավորված՝ առջանց էլ, խնդրագրում ներկայացված հիմնախնդրի շուրջ դիրքորոշման փոփոխություն առաջացնելու համար կիրառվում է փաստարկները կարճ ու կոնկրետ թվարկելու մեթոդը՝ խնդրագրին հակիրճություն հաղորդելու և հասցեագրի ուշադրությունը բուն նպատակից չշեղելու համար:

Երրորդ ենթազխտում (**«Առջանց էլեկտրոնային խնդրագրի հաջողվածության նախադրյալները»**) ներկայացվում են առջանց էլ, խնդրագրում խնդրի շուրջ կառուցողական լուծումներ մշակելու և օգտատերերի վստահությունը ձևավորելու համար անհարժեշտ՝ իրարից բխող և իրար հաջորդող հաղորդակցական քայլերը, որոնց հիման վրա կազմավորվում է առջանց էլ, խնդրագրի կառուցվածքը: Կառուցվածքային կաղապարի քննությունը ցույց է տալիս, որ այն բաղկացած է հետևյալ մասերից.

1. **վերնագիր**, որը առջանց էլ, խնդրագրում դիտվում է որպես համոզման գործառույթի իրացման կարևոր և առանձնահատուկ նախադրյալ,
2. **Նախաբան կամ ներածական մաս**, որում ներկայացվում է որոշակի խնդիր՝ օգտատերերի հետաքրքրությունն առաջացնելու նպատակով,
3. **հիմնական կամ փաստական մաս**, որտեղ ներկայացվում են տեսակետը պաշտպանող դրույթները, որոնք հիմնավորվում են տրամաբանական փաստարկներով և վիճակագրական տվյալներով,
4. **վերջաբան**, որտեղ ներկայացվում է օգտատերերին կոնկրետ գործողությունների դիմելու կոչը կամ պահանջը:

Ուսումնասիրությամբ պարզվում է, որ առջանց էլ, խնդրագրի կառուցվածքային բաղադրամասերից յուրաքանչյուրն ունի կոնկրետ խնդիրներ, որոնց

հաջող կատարումը մեծապես նպաստում է պերսուազիվ նպատակի իրագործմանը:

Որպես օրինակ քննարկենք կենդանիների ոչնչացման գործողությունների դեմ ուղղված հետևյալ առցանց էլ. խնդրագիրը.

Doctors in India are now justifying and benefiting from the leather industry and the killing of sea life. **Chennai doctors have started using animal bones, fur, and puffer fish skin** for medicinal use such as bandages and bone grafts.

This can only help environmental destruction and animal cruelty. Millions of animals are killed and skinned alive to make "fur fashion" and other animal accessories. A leading supplier of leather, India produces 230 million meters of hides and skins annually, releasing numerous toxic chemicals into the air and water.

The only way to lower the supply and demand for industries who rely on animal torture and overfishing is by discouraging it. Using animal waste from chemical-heavy factories for health is not only unsafe, **it does nothing but help sustain the killing of animals for leather and endanger fish populations.**

Urge the Indian and Chennai officials to stop the use of animal waste and puffer fish by doctors. Supporting the use of animal waste is only a step backwards in improving animal rights and hazardous industries.

(<http://www.thepetitionsite.com/takeaction/113/037/398>)

Խնդրագրի կառուցվածքային կաղապարի բաղադրամասերն առաձին նուսումնասիրելիս նկատում ենք, որ *Մախաբանում* լավագույնս ներկայացվում է մտահոգող խնդրի էությունը, լուսաբանվում է չբավարարող իրավիճակը, որը հակադրվում է նախընտրելի իրավիճակին: Մատնանշվում են այն կոնկրետ գործողությունները, որոնք տվյալ խնդրի առաջացման պատճառ են դարձել: Համոզիչ լինելու համար անհրաժեշտ է, որ նախաբանը փոքր-ինչ հուզական և նրանում առաջադրված խնդիրը առաջին հայացքից դժվար լուծելի թվա, սակայն մինևույն ժամանակ՝ հստակ ու տեղեկատվական բնույթ ունենա, որպեսզի արթնացնի ընթերցողի հետաքրքրությունը և տրամադրի շարունակությունն ընթերցելու:

Խնդրագրի *հիմնական կամ փաստական մասում* տեղակայված է բուն փաստարկման գործընթացը, որտեղ առաջադրվում են վստահություններ շնչող, ազդեցիկ փաստարկներ, որոնք լավագույնս հաստատում են խնդրագրի նախաբանում ներկայացված հիմնախնդիրը, տվյալ խնդրի նկատմամբ հասցեագրի տեսակետն ու դիրքորոշումն արտահայտող պնդումը: Խնդրագրի այս մասի կարևոր հատկանիշը մտքի տրամաբանական և կապակցված շարադրանքն է: Այստեղ բավականին մեծ է նաև խնդիրը լուսաբանող տպավորիչ օրինակների, վիճակագրական տվյալների միջոցով օգտատերերի վրա ներգործման դերը, ինչը միտված է շարժելու նրանց հետաքրքրությունը, թարմացնելու ուշադրությունը:

Վերջաբանում հավանական եզրահանգումներ են արվում և առաջադրված փաստարկները կյանքի կոչելու համար խնդրի արդյունավետ և փոխշահավետ լուծման կոնկրետ քայլեր ու գործողություններ ձեռնարկելու, հետհաղորդակցական գործողությունների դիմելու կոչեր են արվում: Ամփոփումը կառուցվում

է այնպես, որ ուժեղացնի բուն մասուն ասվածը՝ ցանկալի արձագանք ստանալու ակնկալիքով՝ մատնանշելով ստեղծված տիպի իրավիճակից դուրս գալու կոնկրետ գործողություն:

Քննությամբ պարզվում է նաև, որ անհաջող, այսինքն՝ քիչ դրական արձագանք ստացած առցանց էլ. խնդրագրերը կամ չափազանց երկար են (երկարաշունչ փաստարկներով և չոր, պաշտոնական ոճին բնորոշ բառերով) կամ շատ կարճ (մեկ պարբերությունից կամ մեկ նախադասությունից բաղկացած, խոսակցական բառերով և արտահայտություններով): Անհաջող խնդրագրերում հաճախ խախտված է խնդրագրի կառուցվածքային կաղապարը՝ տեղաշարժված են հաջորդական քայլերը, բացակայում է կառուցվածքային բաղադրամասերից որևէ մեկը, կամ խախտված է փաստարկների ներկայացման հաջորդականությունը:

Երրորդ գլուխը («Պերտուազիվ հաղորդակցության լեզվական նկարագիրն առցանց էլեկտրոնային խնդրագրում») բաղկացած է երեք ենթագլուխներից: Այս գլխում ուսումնասիրվում են առցանց էլ. խնդրագրում համոզման գործառույթի իրացման լեզվական քաղաքականությունը՝ ներազդման ռազմավարական սկզբունքներն ու մարտավարական միջոցները, ամբողջականացվում է խնդրագրի և, ընդհանուր առմամբ, համոզման գործառույթի հաջողվածությունը գնահատելու հայեցակարգը՝ օգտատերերի կողմից առցանց կատարվող գնահատողական արձագանքների հիման վրա:

Առաջին ենթագլխում (**«Համոզման գործառույթի իրացման լեզվական միջոցներն առցանց էլ. խնդրագրի վերնագրում»**) նշվում է, որ առցանց էլ. խնդրագրի կառուցվածքում համոզման գործառույթ կատարող առաջին ամենաազդեցիկ բաղադրիչը խնդրագրի վերնագիրն է: Նշվում է, որ վիրտուալ իրականության մեջ վերնագրերի դերն առավել քան կարևոր է, քանի որ վերկայքերի գլխավոր էջում սովորաբար տեղադրվում են միայն խնդրագրերի վերնագրերը, որոնք արագ աչքի անցկացնելով՝ օգտատերերն ընտրություն են կատարում: Հետևաբար պերտուազիվ նպատակի իրագործման արդյունավետության համար կարևորություն են ստանում այն հնարավորինս սեղմ և դիպուկ բառերով շարադրելու, ինչպես նաև տպագրական հնարների շնորհիվ վերնագրին յուրօրինակ, աչքի զարնող արտաքին տեսք ու ձևավորում տալու հանգամանքները:

Քննությամբ պարզ է դառնում, որ ըստ շարահյուսական կառուցվածքի վերնագրերը հիմնականում պարզ համառոտ կամ ընդարձակ հրամայական ասույթներ են, որոնք ունեն հորդորի, պահանջի, թելադրանքի իլլոկուտիվ իմաստ: Դրանք հաճախ սկսվում են դրական (reserve, keep, approve, support) կամ բացասական (ban, end, oppose, close, remove, prevent, discontinue, halt) հուզական երանգ ունեցող բայերով, ինչպես օրինակ՝

Defend the Endangered Species Act; Support hobby beekeeping in Kelowna BC;
Preserve the Historic Barmah Brumbies in Their Forest; Ban Dog Meat and Cat
Soup in Korea; Remove all harmful food Additive from school canteens.

Առցանց էլ. խնդրագրերի վերնագրերում առավել հաճախ կիրառվում է say no արտահայտությունը, ինչն ընդհանրացնում է ասույթում արտահայտված կոչը և որոշ չափով մեղմում ասույթի հրամայական տոնը: Երբեմն էլ հակիրճություն ապահովելու նպատակով say բայը զեղչվում է, և ասույթը

սկսվում է ու ժխտական մասնիկով՝ օգտատերերի ուշադրությունը սևեռելով բուն խնդրի վրա, ինչը մեծապես նպաստում է հանդգնան գործառույթի իրացմանը, օրինակ՝

Say No to Monsanto's Genetically Engineered Sweet Corn!; Say No to radioactive Debris in Okinawa; SAY NO TO THE OCOTILLO WIND ENERGY FACILITY PROJECT; No to Mining in Catanduanes; No to Animal Experimentation in Israel Cosmetic Industry.

Երկրորդ ենթագլխում (*«Հանդգնան գործառույթի իրացման լեզվական քաղաքականությունն առցանց էլեկտրոնային խնդրագրում»*) առցանց էլ. խնդրագրերի մեր ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ անկախ խնդրի կամ թեմայի հրատապությունից կամ կարևորությունից՝ դրանց հաջողվածությունը, այսինքն՝ հանդգնան գործառույթի արդյունավետ իրացումը, մեծապես պայմանավորված է այն հանգամանքով, թե ինչպես է տվյալ խնդիրը ներկայացվում, այսինքն՝ ինչ ռազմավարություն և մարտավարություն է որդեգրում հասցեագիրը դա մատուցելու համար: Նշվում է, որ առցանց էլ. խնդրագրի կառուցվածքում կարևորվում են խոսքային ակտերի կիրառման կոնկրետ տեղը, դրանց հեթականությունը:

Հիմնադրույթը ներկայացնելու նպատակով հիմնականում գործածվում են պարզ համառոտ, պարզ ընդարձակ կամ բարդ համադասական նախադասության կառուցվածքով հաստատական ասույթներ: Գնահատողական դրույթները ձևակերպվում են կամ մի քանի պարզ համառոտ հաստատական ասույթների համադրությամբ, կամ պարզ ընդարձակ, բարդ ստորադասական նախադասության կառուցվածք ունեցող հաստատական ասույթներով, ինչպես օրինակ՝

Hunting is a completely cruel sport. It can easily decrease wildlife population and make species endangered.;

In a disappointing continuation of Bush era policies the Obama administration has decided to leave polar bears exposed to the perils of global warming - one of the most serious threats to their existence.;

Polar bears are being driven to extinction as increasing temperatures are devastating their habitat, melting away the Arctic ice the need to survive and causing the seals that polar bears hunt for food to become increasingly scarce.

Հաճախ խնդրագրին հուզարտահայտչական նրբերանգներ հաղորդելու, խնդրագրի հուզական ներգործությունը մեծացնելու նպատակով հիմնադրույթը ներկայացվում է հռետորական հարցի միջոցով, որը առցանց էլ. խնդրագրում անուղղակի խոսքային ակտերի դեր է կատարում և առաջարկի, խորհրդի, կշտամբանքի իլլուկուտիվ իմաստ է ստանում: Որպես մարտավարական հնար, երբեմն խնդրագրի հեղինակը հռետորական հարց պարունակող ասույթները կետադրում է ոչ թե հարցական, այլ բացականչական նշանով՝ ասելիքին խստապահանջության շունչ հաղորդելու և դրա կարևորությունը շեշտելու նպատակով, ինչպես օրինակ՝

Would YOU want your life taken away cruelly by someone else the way people have killed these turtles?; Are human activities linked to global warming!; Why people torture and experiment on animals!

Երբեմն խնդրագրում կիրառվող շրջուն շարադասությունը և դրան բնորոշ տրամաբանական շեշտը հավելյալ հուզարտահայտչական երանգ են հաղորդում ասույթին, ինչը ևս նպաստում է խոսքի համոզչականությանը: Հատկանշական է, որ նման ասույթները հանդիպում են փաստարկման մասի ավարտին և կարծես գագաթնակետին են հասցնում օգտատերերի հուզական գրգռվածությունը, հող են նախապատրաստում գործողության կոչն ընդունելու համար, օրինակ՝

Not only do many of them want our native predators like bears, wolves wild cats, and the like decimate to the brink of extinction, but some of them have the nerve to harass, threaten and downright intimidate anyone who dares to oppose them.; Had there been an abundance of parents and teachers to voice their opinions and attend the meeting, the outcome may have been different.

Խնդրագրի վերջաբանում կիրառվող ասույթների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ այս մասում առավել հաճախ կիրառվում են ուղիղ խնդրանք, պահանջ, հորդոր, պնդում, հարկադրանք արտահայտող արտակա խոսքային ակտեր, որոնք պարունակում են հետևյալ պերֆորմատիվ բայերը՝ ask, request, beg, entreat, plead, pray, urge, call, insist, enforce, induce, demand, pledge: Որպես ռազմավարական հնար պետք է նշել ընդհանրական և անդեմ դերանունների կիրառությունը: Հետևյալ ասույթներում I-ին դեմքի հոգնակի թվի we դերանունով կազմված խոսքային ակտերը պերֆորմատիվ ասույթի կարգավիճակ ունեն, քանի որ տվյալ դեպքում we դերանունը հավաքական «ես» է ներկայացնում և համարժեք է I-ին դեմքի եզակի թվի I դերանվանը: Դրանով հեղինակը միավորում է իրեն և օգտատերերին, ներակա կերպով ակնարկում է, որ իրենց շահերը համընկնում են, իրենք կողմնակիցներ են, ինչպես օրինակ՝

We demand that Shiseido Co. Ltd., immediately stop all animal experiments for cosmetics.; We urge the Environment Agency to tackle the existing population of otters in the best way possible by signing this petition.; We are pleading the support of city council to halt the dismantling of the garden and permit the use of the green space for this community garden initiative.

Խնդրանքի, հորդորի հրատապությունը և կարևորությունն ընդգծելու և համոզիչ լինելու նպատակով, անուղղակի դիրեկտիվ խոսքային ակտերում հաճախ կիրառվում են should, must, have to, be to, can, need եղանակավորող բայեր պարունակող հաստատական ասույթներ՝ ընդգծելով տվյալ գործողությունը կատարելու, տեսակետն ընդունելու անհրաժեշտություն, պարտադրանք, հավանականություն: Դրանք հաճախ զուգակցվում են surely, certainly, of course, no doubt, undoubtedly, obviously եղանակավորող բառերի հետ, ինչն ակնարկում է պահանջի հավաստի, արդարացի լինելը և վստահություն ներշնչում օգտատերերին, որ նրանք պետք է վերջ դնեն վատ իրավիճակին, ինչպես օրինակ՝

We have to be heard, and we have to let our voices be heard!!!; We must surely withdraw all plants for wind turbines in the southwest of England.; We should seriously object to the complete absence of community consultation.

Ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ վտանգի, տագնապի, վախի, չափից դուրս անհանգստության առկայության դեպքում նախապատվությունը տրվում է ուղղակի խոսքային ակտերին՝ ուղերձը հնարավորինս ճիշտ, հստակ, հակիրճ, հեշտ ընկալելի դարձնելու, դրա իլլոկուտիվ իմաստը հնարավորինս ճիշտ ապակողավորելու նպատակով: Ուստի, օգտատերերի վրա ներազդող հուզական կոչեր պարունակող ասույթները հրահրման կամ հորդորման իլլոկուտիվ իմաստ արտահայտող ուղղակի դիրեկտիվ խոսքային ակտեր են, որոնք ակնհայտորեն արտահայտում են հասցեագրի ցանկությունը, կամքը, առաջարկությունը, իսկ հասցեատերը հստակորեն հասկանում և ընկալում է, թե իրենից ինչ գործողություններ ու քայլեր են ակնկալվում, ինչպես օրինակ՝

Tell your friends about the harm of GMOs and educate your children about the difference between organic and industrial products.; Ban all products tested on animals being sold in our country.; Start funding organic Farming!

Ուղիղ դիրեկտիվ խոսքային ակտերում երբեմն now, today ժամանակային ցուցիչների կիրառության շնորհիվ դիրեկտիվ խոսքային ակտերը հարկադրանքի իմաստ են ստանում, իսկ օգտատերերի վրա ներազդումը սաստկանում է խոսքային մարտավարություն կատարող տպագրական հնարների օգնությամբ՝ մեծատառերով ընդգծելով կամ բացականակալան մշանով կետադրելով, օրինակ՝

ACT RIGHT NOW...; Help Save A Species **TODAY!**; Signing this petition and adding your personal comment **NOW!**; Send a comment NOW to protect the Grand Canyon against dirty coal pollution.; **STOP HUNTING OUR WHALES NOW!** It needs to be stopped, Now!!

Քննությունը ցույց է տալիս, որ խնդրագրերում կիրառվում է նաև օգտատերերին խնդրանքով դիմելու ռազմավարությունը: Please եղանակավորող բառի շնորհիվ դիրեկտիվ խոսքային ակտեր պարունակող ասույթն ավելի քաղաքավարի և մեղմ բնույթ է ստանում, օգտատիրոջը ընտրելու ավելի մեծ հնարավորություն է տրվում, օրինակ՝

Please sign this petition to stop animal abuse.; Please help my effort to force the fat-cats in Canberra to place a nationwide ban on the substance before it is too late.; Please help me save the endangered animals from being extinct.

Որպես օգտատերերի վրա ներազդելու ռազմավարական հնար՝ խնդրագրի վերջաբանում կիրառվում են նաև արտահայտչական խոսքային ակտեր՝ շնորհակալություն, ավստասանք, ներողություն: Դրանք արտահայտում են խնդրագրի հեղինակի գոհունակությունը և ներակա ձևով ակնարկում, որ կասկած կամ երկընտրանք չկա, որ օգտատերը ցանկալի քայլերի կդիմի: Ավստասանք արտահայտելիս հեղինակը ներակա ձևով ակնարկում է, որ խնդրի չլուծման դեպքում անխուսափելի հետևանքներ կարող են առաջանալ, օրինակ՝

Thank you for your compassion and support in this cause.; Thank you for your time and effort; Thanks to all who took time to sign!; Sorry kids, I tried to make some changes for you all!

Հաճախ խնդրագրի վերջաբանին նախորդում են ներակա կերպով արտահայտված հաստատական խոսքային ակտեր, որտեղ տեսակետ արտահայտող ցուցիչները բացակայում են: Այս դեպքում հասցեագիրը ցանկանում է հաղորդել ավելին, քան ասվում է և փորձում է խոսքն այնպես ձևակերպել, որ օգտատերերի մոտ այնպիսի զգացողություն առաջանա, որ կարծես թե իրենց մոտ է ծագել տվյալ գործողություններին դիմելու կամ տվյալ գործողություններից ետ կանգնելու մտադրությունը, ինչպես օրինակ՝

Everyone is given the opportunity to eat healthy.; Together, we can make our planet a GMO-free world.; Even the smallest action can make a HUGE and positive difference in your life and the lives of your loved once.; We don't want fat kids running around!; It is wrong what they are doing.; The future is a safer place for all.

Ելնելով այն հանգամանից, որ առջանց էլ խնդրագրի լեզուն պետք է հնարավորինս մատչելի լինի՝ այստեղ չեն կիրառվում պերսուազիվ դիսկուրսի այլ տարատեսակներում կիրառվող բարդ ոճական հնարներ, որոնք երկիմաստություն կամ իմաստի «քողարկման» տպավորություն են առաջացնում: Միևնույն ժամանակ, խնդրագրի տվյալ տեսակում բավականին հաճախ են կիրառվում համոզման արդյունավետությունը բարձրացնող խոսքային մարտավարական հնարներ՝ հռետորական հարցեր, անձնավորման և հոմանշային խտացման ոճական հնարներ, շրջուն շարադասություն, զուգահեռ շարահյուսական կառույցներ: Ինչպես նշվեց, կիրառվում են նաև հուզական ներհմաստ պարունակող կամ տվյալ համատեքստում որոշակի հուզական երանգ ստացող բառեր և արտահայտություններ: Դրանց շնորհիվ խոսքը որոշակի ազդեցություն է գործում օգտատերերի վրա, բարոյական զգացողություններ առաջացնում և ներշնչում նրանց որոշակի գործողություններ կատարել կամ ետ կանգնել որևէ մտադրությունից:

Երրորդ ենթազվխում (**«Օգտատերերի գնահատողական արձագանքների հաղորդակցական արժեքը»**) քննարկվում է պերսուազիվ հաղորդակցության արդյունքում ստեղծված օգտատերերի գնահատողական վերաբերմունքը պերսուազիվ ուղերձի նկատմամբ: Նշվում է, որ համոզման պերլոկուտիվ ազդեցության դրսևորման ձևերը երկուսն են. ոչ խոսքային հաղորդակցման մակարդակում օգտատերերը էլ. ստորագրություններ են թողնում տվյալ խնդրագրի օգտին, իսկ խոսքային մակարդակում նրանք արժարժվող խնդրի վերաբերյալ տեսակետներ ու կարծիքներ են արտահայտում, մեկնաբանություններ անում: Այսպես նրանք մեծապես նպաստում են նաև այլ օգտատերերի վրա համոզման պերլոկուտիվ ազդեցություն տարածելու և պերսուազիվ հաղորդակցման հետագա զարգացման գործընթացին:

Հրապարակված մեկնաբանությունների քննությունը ցույց է տալիս, որ դրանց լեզուն լեզվաոճական առումով բավականին տարբեր է խնդրագրերում գործածվող լեզվից, և առավել մոտ է ոչ պաշտոնական ոճին, քանի որ այստեղ հաճախ են կիրառվում առօրյա-խոսակցական բառապաշարին հատկապես բառեր և բառակապակցություններ: Մեկնաբանություններ թողելիս օգտատերերն իրենց տեսակետները, մտքերն ու զգացմունքները արտահայտելու հարցում ազատ են և անկաշկանդ: Այդ իսկ պատճառով նրանց լեզուն նման է սոցիալական լրատվամիջոցների ոչ պաշտոնական տարատեսակներում

(chatroom, instant messaging, facebook, twitter, etc.) գործածվող էլեկտրոնային դիսկուրսին, որն, ինչպես նշել ենք, առանձնանում է քերականության, բառապաշարի, ուղղագրության, կետադրության առումներով:

Քննությունը ցույց է տալիս, որ ի տարբերություն առցանց էլ. խնդրագրում կիրառվող լեզվի, խնդրագրերի օգտին հրապարակված մեկնաբանություններում հանդիպում են խոսակցական լեզվին բնորոշ տառային կամ վանկային հապավումներ, բառերի կամ արտահայտությունների կրճատ գրելաձևեր (օր.՝ gonna-going to, prob-probably, omg-oh my God, plz-please), բառի գրության մեջ մեկ կամ մի քանի տառերի փոխարեն տառային կամ թվային համանունների կիրառում (օր.՝ gr8-great, u-you), բառերի փոխարեն որոշ խորհրդանիշների գործածում (օր.՝ @-at, &-and): Գրության նման ձևերը, որոնք, ինչպես հայտնի է, բնորոշ են էլեկտրոնային դիսկուրսին, կիրառվում են նախ և առաջ ժամանակ և էլեկտրոնային էջի վրա տարածք խնայելու, հիմնական միտքը կարճ, կոնկրետ և մատչելի ձևակերպելու նպատակով:

Հատկանշական է, որ մեկնաբանություններում ներառված ասույթները հուզական առումով հագեցած են: Օգտատերերը փորձում են իրենց զգացական վերաբերմունքն արտահայտել որոշակի հնչյուններ մի քանի անգամ կրկնելու, դրանք երկարացնելու միջոցով (ըստ որում, երկարացվում են ինչպես ձայնավոր, այնպես էլ բաղաձայն հնչյունները), ինչը կիրառվում է բառի իմաստն առավել ընդգծելու, տվյալ բառը շեշտելու նպատակով, ինչպես օրինակ՝

Plaaaaaassssee, leave these lovely fields alone we all want the view from our Castle Hill left as it is!; Animal cruelty muuuuust STOOOPPP! What's wrooong with humansss?; Ban the nuking of animals NOWWWW!

Հաճախ օգտատերերն իրենց հուզական վիճակն արտահայտում են կետադրական նշանների միջոցով և այս դեպքում շեղում է տեղի ունենում կետադրական նշանների բուն գործառնություններում, այլ կերպ ասած՝ կետադրական նշանները, մասնավորապես՝ ստորակետը, կախման կետերը, հարցական և բացականչական նշանները, գործածվում են ասույթը կամ ասույթի մեջ որևէ արտահայտություն կամ բառ շեշտելու նպատակով և կարող են կրկնվել մի քանի անգամ, օրինակ՝

No more CRIMES!!!!; Why...there is a reality show now the purpose of which is to blow up icebergs????????? It makes no sense. Who created such stupidity!; Totally agree... Save the MARINE LIFE!!!!

Ավելին, շատ դեպքերում օգտատերերը տվյալ երևույթի կամ խնդրի վերաբերյալ իրենց զգացմունքներն ու տպավորությունները արտահայտում են կետադրական նշանների համակցմամբ ստեղծված էմոթիկոնների միջոցով, որոնք հաճախ են կիրառվում էլեկտրոնային դիսկուրսում և կարևոր են այն ճիշտ ընկալելու և մեկնաբանելու համար: Մեկնաբանություններում առավել շատ հանդիպում են դրանցից մի քանիսը, օրինակ՝ կրկնվող փակագծերը, որոնք, համակցվում են մեկ այլ կետադրական նշանի կամ որևէ տառի հետ, կամ ուղղակի առանձին են կիրառվում: Դրանք արտահայտում են օգտատերերի

հուզական վերաբերմունքը՝ գոհունակության զգացողություն և դրական վերաբերմունք, կամ բացասական վերաբերմունք ու դժգոհություն, օրինակ՝

For such a populated area, cutting emergency services is daft!:(; Stop this needless cruelty:(; wow! that would save millions! from canada to the gulf and beyond!:-D ; Oh great, xxxxxx, another good idea :)); Oh!!!, this is a VERY good cause!!! :-@

Մեկնաբանություններում հաճախ կարելի է հանդիպել նաև կիսատ և անավարտ ատլյոններ, որոնք կարծես պերսուազիվ ուղերձի ընկալման արդյունքում օգտատերերի հոգեկան աշխարհում տեղի ունեցող ակելոթությունների բառացի արտահայտությունն են, գիտակցության հոսքի դրսևորում, օրինակ՝

NO Way... No To Mining!!! might damage the beauty of our natural resources.; Total ban on mining.... anywhere in the phils.; Absolutely ... Yes! ... have joined!; It is 2013 ... already – time to get real about climate change, ... and for Canterbury to ‘act local’ and ‘think global’!

Այսպիսով, առցանց էլ. խնդրագրի՝ որպես պերսուազիվ դիսկուրսի տարատեսակի, քննությունը ցույց է տալիս, որ դրանում իրացվող համոզման գործառույթի արդյունավետության ամենաեական նախադրյալը՝ հուզարտահայտչականության և կառուցվածքային կաղապարի կայունության միասնությունն է: Դա կարելի է համարել առցանց էլ. խնդրագրի գլխավոր առանձնահատկությունը, որը խախտելու դեպքում ներագրման գործընթացը տապալվում է, պերսուազիվ հաղորդակցության պերլոկուտիվ ազդեցությունը՝ ձախողվում:

Եզրակացության մեջ ամփոփվում են կատարված ուսումնասիրության արդյունքները.

1. Առցանց էլ. խնդրագիրը պերսուազիվ հաղորդակցության ձևերից մեկն է, որը դիտարկվում է որպես կապակցված խոսքի միավոր, մասնավորապես՝ պերսուազիվ դիսկուրսի ժամանակակից էլեկտրոնային տարատեսակ, որում համոզման գործառույթի իրացման նպատակով ձևավորվում և զարգանում է պերսուազիվ հաղորդակցության որոշակի խոսքային քաղաքականություն՝ ռազմավարություն և մարտավարություն:

2. Համոզումը, որը ձևավորվում է պերսուազիվ հաղորդակցության արդյունքում, բնորոշ է խոսքային ակտերի պերլոկուտիվ դաշտին, այն հասցեստիրոջ վրա որոշակի ազդեցություն գործելու գործողություն է: Ըստ որում միևնույն պերլոկուտիվ ազդեցությունը կարելի է ձևավորել տարբեր իլլոկուտիվ ակտերի կիրառմամբ: Առցանց էլ. խնդրագրում համոզման պերլոկուտիվ ակտը իրականացվում է խնդրանքի, պահանջի, հորդորման, պնդման, հարկադրանքի, հաստատման իլլոկուտիվ ակտերով, որոնց ճիշտ և տեղին կիրառումը մեծապես նպաստում է համոզման պերլոկուտիվ ազդեցության հաջող և արդյունավետ իրացմանը:

3. Որպես պերսուազիվ դիսկուրսի տարատեսակ՝ առցանց էլ. խնդրագիրը յուրահատուկ հաղորդակցական բնութագիր ունի, քանի որ դրանում երկու տարբեր գործառույթներ են իրացվում՝ տեղեկատվության հաղորդման և համոզման: Տեղեկատվություն հաղորդելու ընթացքում խնդիր է դրվում

հանրությանը տեղեկացնել որևէ խնդրահարույց հարցի մասին, հասարակական կարծիք ձևավորել և բարձրացնել հասարակության անդամների իրավագիտակցությունը: Համոզման գործառույթի ելույունը ներազդումն է օգտատերերի գիտակցության վրա, որի արդյունքում բուռն ցանկություն է առաջանում խնդիրը բարձրաձայնելու և պետական պատկան մարմիններին հորդորելու փոփոխություններ և բարեփոխումներ ներմուծելու հասարակական կյանքի տարբեր բնագավառներում՝ հանուն արդար ու խաղաղ կյանքի:

4. Առջանց էլ. խնդրագրում իրացվող համոզման գործառույթի առանձնահատկությունն այն է, որ վերջինս կրկնակի ներազդման (բանական և հուզագգացական) նպատակ է հետապնդում: Այսպես, մի կողմից համոզման նպատակն է տրամաբանված դատողություններ, փաստարկներ ներկայացնելով՝ ներգործել օգտատերերի վրա, փոփոխել նրանց դիրքորոշումը, որոշակի տեսակետ ու կարծիք ձևավորել առկա խնդրի շուրջ, վստահության զգացում առաջացնել այդ դիրքորոշումն ընդունելու անհրաժեշտության նկատմամբ: Մյուս կողմից, համոզման գործընթացն իրականացվում է ներգործելով օգտատերերի հուզական և զգացմունքային դաշտի վրա, փորձ է արվում ղեկավարել ու ուղղորդել նրանց հետհաղորդակցական անհատական վարքը՝ ելնելով տուբյեկտիվ գնահատականներից:

5. Առջանց էլ. խնդրագրում առանձնահատուկ կարևորություն է տրվում օգտատերերի գիտակցության վրա տրամաբանական փաստարկների միջոցով ներազդելուն: Դա ենթադրում է տրամաբանական փաստարկման հենքով իրագործվող հաղորդակցական գործունեության որոշակի փուլային քայլեր. ներկայացնում է փաստերի վրա հիմնվող տեսակետ որևէ երևույթի կամ խնդրի վերաբերյալ, հաստատում է այդ տեսակետը և ապացուցում, որ այն ճիշտ է, առաջացնում է համոզվածության հոգեվիճակ և մղում է որոշակի անհատական կամ հասարակական հետհաղորդակցական վարքի դրսևորման:

6. Փաստարկման գործընթացի արդյունքում վստահության կարծիք ձևավորելու համար կարևորվում է խնդրագրի կառուցվածքային կաղապարի բաղադրամասերի հաջորդականությունը և դրանց փոխներգործությունը: Ավելին, կառուցվածքի բաղադրամասերից յուրաքանչյուրն ունի կոնկրետ խնդիրներ, որոնց հաջող կատարումը մեծապես նպաստում է պերսուազիվ նպատակի իրականացմանը.

- *վերնագիրը* համոզման գործառույթի միջնորդավորված իրացման առաջին բաղադրիչն է: Խնդրագրի վերնագրում կարևորվում են հուզական երանգ ունեցող առանցքային բառերի կիրառությունը և տպագրական հնարների շնորհիվ աչքի զարնող ձևավորումը.
- *Մախաբանում* լուսաբանվում է խնդրագրի բուն ելությունը, պարզաբանվում առկա խնդրի նկատմամբ հասցեագրի տեսակետը, նրա գնահատողական վերաբերմունքը: Խնդրո առարկան պարզ և հստակ ներկայացնելու նպատակով գործածվում են հիմնականում պարզ համառոտ կամ պարզ ընդարձակ հաստատական մախաղասություններ, իսկ օգտատերերի վրա պերսուազիվ ներգործությունը մեծացնելու նպատակով նաև հռետորական հարցեր.
- *հիմնական մասում* առաջադրվում են ազդեցիկ փաստարկներ, որոնց միջոցով ուժեղացվում է հասցեագրի տեսակետն ու դիրքորոշումն

արտահայտող պնդումը: Առջանց էլ. խնդրագրի բովանդակությունն ու նպատակը ակնառու դարձնելու համար կիրառվում են հաստատական խոսքային ակտեր: Խոսքի համոզականությունը բարձրացնելու նպատակով կիրառվում են նաև շրջուն շարադասությամբ կազմված նախադասություններ:

- *վերջաբանում* կոնկրետ գործողությունների դիմելու կոչ է արվում: Առջանց էլ. խնդրագրում տվյալ հաղորդակցական գործողությունն առկայանում է ուղիղ կամ անուղղակի խնդրանք, հորդոր, պահանջ, պնդում, հարկադրանք արտահայտող խոսքային ակտերի կիրառմամբ:

7. Առջանց էլ. խնդրագրում պերլուկուտիվ նպատակի արդյունավետ իրագործման համար էական նշանակություն ունի ներազդման ռազմավարությունը, տվյալ դեպքում փաստարկների շարադրման տրամաբանությունը, դրանց հաջորդականությունը: Առավել արդյունավետ է գործում ուժեղացող փաստարկման ռազմավարությունը, այսինքն՝ պակաս կարևոր փաստարկներից անցում դեպի առավել կարևոր և ազդեցիկ փաստարկների, որի շնորհիվ օգտատերերի վրա գործադրվող պերլուկուտիվ ազդեցությունը աստիճանաբար հասնում է գագաթնակետին, իսկ դրան անմիջապես հետևում է վերջաբանում արվող կոնկրետ հետհաղորդակցական վարք դրսևորելու կոչը: Առջանց էլ. խնդրագրի այս մասում հասցեագրի կարևոր հաղորդակցական խնդիրներից մեկը միտքը տրամաբանական և կապակցված շարադրելն է:

8. Համոզումը կարող է հաջող կամ անհաջող ելք ունենալ, կախված այն բանից, թե արդյոք հասցեատիրոջ հոգեկանում և գիտակցության մեջ նկատվում են լուրջ փոփոխություններ, որոնք կբերեն նոր դիրքորոշման ձևավորման, և կնդեն նրան ակնկալվող հետհաղորդակցական գործունեության: Անկախ խնդրի հրատապությունից՝ առջանց էլ. խնդրագրի հաջողվածությունը, այսինքն՝ համոզման գործառույթի արդյունավետ իրացումը, մեծապես պայմանավորված է այն հանգամանքով, թե ինչպես է տվյալ խնդիրը ներկայացվում, այլ կերպ ասած՝ ինչ հաղորդակցական ռազմավարություն և մարտավարություն է որդեգրում հասցեագիրը դա մատուցելու համար:

9. Առջանց էլ. խնդրագրում համոզման գործառույթի իրացման մարտավարական հնարներից մեկը համապատասխան բառապաշարի կիրառումն է: Ըստ որում տեղեկատվության հաղորդման գործառույթը լավագույնս իրագործելու նպատակով բառերը կիրառվում են ուղիղ, իսկ համոզման, ներգործման գործառույթը մեծացնելու նպատակով՝ փոխաբերական իմաստներով: Կիրառվում են ոճականորեն երանգավորված՝ հուզական երանգ պարունակող բառեր և բառակապակցություններ, հավելյալ և հուզական ներիմաստ արտահայտող բառեր: Ներազդումը առավել արդյունավետ դարձնելու նպատակով կիրառվում են նաև ոճական հնարներ (անձնավորում, հոմանշային խտացում և այլն):

10. Առջանց էլ. խնդրագրի մեջ իրացվող համոզման գործառույթի արդյունավետության ամենաէական նախադրյալը կառուցվածքային կաղապարի և հուզարտահայտչականության կայունության միասնությունն է: Ուստի՝ այս առումով էական նշանակություն են ձեռք բերում ինչպես լեզվական, այնպես էլ դրանց հետ զուգակցվող և համոզման գործառույթի իրացմանը զգալիորեն նպաստող արտալեզվական գործոնները՝ արտաքին ձևավորման կամ տպագրական

հնարները, որոնց շնորհիվ էլեկտրոնային տեքստն ավելի տպավորիչ և պատկերավոր տեսք է ստանում:

11. Իրագործվող պերիկուտիվ ազդեցության արդյունավետությունն ու հաջողությունը որոշարկվում է նաև օգտատերերի որոշակի հետհաղորդակցական գործողությունների միջոցով. ինչպես ոչ խոսքային՝ հոգուտ տվյալ խնդրագրի հավաքագրված էլ. ստորագրություններով, այնպես էլ խոսքային՝ քննարկվող խնդրի վերաբերյալ տեսակետներ ու կարծիքներ գրանցելու միջոցով:

Ուսումնասիրության հիմնադրույթներն արտացոլված են հետևյալ հրապարակումներում՝

1. On Ways of Expressing Persuasion in Discourse // Armenian Folia Anglistika. International Journal of English Studies, No.1-2(6), Yerevan, Lusakn Publishers, 2009, pp. 93-100.
2. Համոզման գործառնության իրագործումն առցանց էլեկտրոնային խնդրագրի վերնագրում // Կանթեղ. Գիտական հոդվածների ժողովածու, Թիվ 4 (57), «Աստղիկ» Հրատ., Երևան, 2013, էջ 163-174 (համահեղինակ Պարոնյան Շ.Յ.):
3. Առցանց էլեկտրոնային խնդրագրի գործառնական նկարագիրը // Օտար լեզուները բարձրագույն դպրոցում. Գիտական աշխատությունների ժողովածու, N 14, Երևան, ԵՊՀ Հրատ., 2013, էջ. 125-133:
4. Online Petition as a Type of Persuasive Discourse // Armenian Folia Anglistika. International Journal of English Studies, No. 1-2(11), Yerevan, Lusakn Publishers, 2013, pp. 100-110.
5. On Explicit and Implicit Ways of Expressing Persuasion in Discourse //միջազգային գիտաժողով նվիրված ԵՊՀ հիմնադրման 90-ամյակին, «Օտար լեզուներ և գրականություն (տեսություն և պրակտիկա)» Երևան, ԵՊՀ Հրատ., 2009 (փետ. 26-27), էջ 53:
6. Means of Structuring Effective Persuasive Message // AASE Third International Conference, "Language, Literature & Art in Cross-Cultural Contexts", Yerevan, YSU Press, 2011 (October 4-8), p. 60.

КАЛТАХЧЯН СИРАНУШ ХАЧАТУРОВНА

Прагмалингвистический аспект персуазивной коммуникации (на материале онлайн электронной петиции)

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.07

Резюме

Настоящая диссертация посвящена изучению прагматического аспекта персуазивной коммуникации в онлайн эл. петициях с учетом их коммуникативной цели и тех функций, которые они выполняют в глобальном социальном контексте. **Объектом** исследования является онлайн эл. петиция как одна из форм электронного персуазивного дискурса, которая выполняет информативную и убеждающую функции и дает возможность миллионам пользователей Интернета распространять информацию о разных проблемах в социальной жизни.

Целью диссертационной работы является исследование дискурсивной функции убеждения в одном из его самых актуальных проявлений, а именно в онлайн эл. петиции. Персуазия понимается как проявление перлокуции, т.е. перлокутивного акта, который в онлайн эл. петиции осуществляется с помощью различных иллокутивных актов. Его эффективная реализация обусловлена рядом интралингвистических и экстралингвистических факторов.

Для реализации настоящей цели в работе выдвинуты следующие **задачи**:

- ✓ определить прагмалингвистический аспект персуазивной коммуникации и персуазивного дискурса,
- ✓ определить стилежанровые особенности петиции как электронного онлайн дискурса,
- ✓ выявить прагмалингвистические особенности функции убеждения в персуазивном дискурсе и осветить пути эффективной ее реализации в онлайн эл. петиции,
- ✓ изучить структурные и прагматические особенности онлайн эл. петиции как персуазивного дискурса,
- ✓ определить критерии успешности онлайн эл. петиции, а также лингвистические и экстралингвистические факторы, способствующие успешной реализации функции убеждения,
- ✓ выявить особенности применения характерных для персуазивной коммуникации стратегических принципов и тактических средств в онлайн электронном дискурсе.

Новизна настоящего исследования состоит прежде всего в выборе объекта исследования: онлайн эл. петиция, являясь новым коммуникативным явлением, до сих пор не подвергалась глубокому лингвистическому анализу. Новым является и анализ опосредованной реализации функции убеждения в онлайн эл. петиции и раскрытие ее структурных и прагмалингвистических особенностей, а также

изучение проблем, связанных с успешной реализацией персуазивной коммуникации в онлайн эл. петиции.

Актуальность темы обусловлена важной ролью онлайн эл. петиций в современной общественной жизни: их способностью воздействовать на сознание людей посредством перлокутивной функции убеждения. Поскольку онлайн эл. петиция является эффективным средством укрепления основ демократизации государства, изучение этой формы взаимодействия между государством и обществом и выявление ее эффективности во многом будет способствовать развитию общественного сознания и определит пути мирного решения разного рода конфликтов, возникающих в обществе.

Теоретическая значимость работы обусловлена тем, что она восполняет пробелы в теории речевых актов, связанные с анализом перлокуции. Результаты исследования являются определенным вкладом в когнитивную лингвистику и теорию аргументации, поскольку позволяют по-новому оценить наличие в речи одного из важных речевых актов, связанных со сферой языкового мышления, процесса аргументации и осуществляемых в условиях опосредованной коммуникации с целью воздействия на адресата и его убеждения.

Практическая ценность работы состоит в том, что результаты исследования дают возможность систематизации форм эффективной реализации функции убеждения в речи и разработки стратегических программ речевого воздействия и коммуникативных моделей. Результаты исследования могут также быть применены в теоретических курсах, освещающих проблемы прагмалингвистики, когнитивной лингвистики, электронной коммуникации, теории аргументации и дискурса и в соответствующих учебно-методических пособиях. Работа может послужить основой для формирования и внедрения современных, более цивилизованных и эффективных средств проведения реформ в различных областях общественной жизни в армянской действительности.

Работа состоит из введения, трех глав с соответствующими параграфами и примечаниями, освещающими и дополняющими поднятые в работе проблемы, заключения, списка использованной литературы и приложения.

В первой главе определяются прагматические особенности персуазивной коммуникации, в частности, персуазивного дискурса, освещаются функциональная сфера и практическая ценность петиции как разновидности онлайн эл. дискурса, определяется особенность прагмалингвистического проявления убеждения в онлайн эл. петиции.

Во второй главе изучается реализация функции убеждения в процессе аргументации и, в частности, в онлайн эл. дискурсе, рассматриваются социально-психологические особенности опосредованного воздействия, анализируются предпосылки, определяющие эффективность онлайн эл. петиции.

Третья глава посвящена языковой политике функции убеждения, а именно анализу стратегических принципов и тактических средств убеждения в онлайн эл. петиции. Изучаются критерии успешности онлайн эл. петиции и в целом, функции убеждения, осуществляемой через оценочные отзывы пользователей.

В заключении диссертации обобщены результаты проведенного исследования.

The Pragmalinguistic Perspective of Persuasive Communication
(in online petitions)

SUMMARY

The **subject matter** of the present research is the study of persuasive communication in online petitions from the pragmalinguistic perspective, taking into account the communicative purpose and functions petitions perform in the global social context. The **object** of the research is online petition, a form of Internet-based or electronic persuasive discourse, which performs both informative and persuasive functions, enabling millions of netizens from all over the world to share information about different problems in social life. The authors of online petitions aim at promoting changes and amendments on global, regional, and national issues by uniting people for a particular cause, convincing the netizens of the truthfulness of the position in question, exerting a deep influence on public opinion and achieving influence in public behavior in order to make the world a better place to live in.

Persuasion is regarded as manifestation of perlocution, a form of perlocutionary act performed with the help of various illocutionary acts, while its effective fulfillment, i.e. realization of the persuasive function is conditioned by some intralinguistic as well as extralinguistic factors.

To achieve the goal of the research work the following **objectives** are set forth:

- ✓ to define the scope of persuasive communication and persuasive discourse from pragmalinguistic perspective,
- ✓ to differentiate the stylistic and generic peculiarities of the online petition as a type of electronic discourse,
- ✓ to elucidate the pragmalinguistic characteristics of the persuasive function and to illustrate the effective ways of its realization in the persuasive discourse,
- ✓ to investigate the structural and pragmatic peculiarities of online petitions as a form of persuasive discourse,
- ✓ to analyse the manifestations and means of evaluating the effectiveness of the persuasive intent, as well as the intralinguistic and extralinguistic factors that greatly contribute to the realization of the persuasive function,
- ✓ to carry out a thorough investigation of the persuasive strategies and techniques pursued in online petitions.

The **novelty** of the research is determined by the fact that the online petition is a new form of verbal interaction and has not been investigated thoroughly from the pragmalinguistic perspective. The novelty of the work is also provided by the linguistic analysis of the online realization of persuasive function in electronic discourse.

The **topicality** of the research is conditioned by the fact of investigating ways of exerting linguistic impact on the minds and logic of the interlocutors and provoking them into certain actions.

The **practical significance** of the research is provided by the fact that its findings can serve as a valuable investment in developing persuasive communicative strategies and techniques in mass and electronic communication. The research can contribute greatly to the formation and development of more effective, democratic and peaceful means of achieving changes in different spheres of life.

The **theoretical value** of the research is provided by the fact that it can fill the gap in Speech Act Theory concerning the analysis of the perlocutionary level. Its outcomes can be applied for further research in the fields of argumentation theory, discourse analysis, cognitive linguistics, psycholinguistics.

The paper consists of Introduction, three Chapters with their appropriate subchapters, Conclusion, Bibliography and Appendix. The basic statements raised in the work are supplied with additional information in Notes after each chapter.

Introduction presents the subject matter, the goals and objectives, the topicality and novelty, the practical and theoretical significance of the research, as well as the implemented approaches and methods applied to achieve the above mentioned objectives.

Chapter One is devoted to the survey of persuasive communication and the discursive-communicative functions of persuasive discourse, more specifically, the online petition.

Chapter Two is an attempt to illustrate the ways of fulfillment of the persuasive intent in the process of argumentation, and analyze the extralinguistic, psychological factors that play a great role in the online realization of persuasive function of electronic discourse.

Chapter Three covers a detailed analysis of the effective language policy pursued in online petitions. This part of work embraces analysis of persuasive language strategies and tactics which contribute to the successful realization of the perlocutionary function of persuasion. The evaluation of the effectiveness of persuasive perlocutionary act is also carried out taking into consideration the e-signatures and online comments posted by different netizens.

Conclusion presents the main findings and results of the research. Online petition is seen as a form of persuasive discourse which carries great persuasive potential due to the unity of its structural components and expressive-emotive communicative means which include both linguistic and extralinguistic factors.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Y. J. J.', located at the bottom right of the page.