

Ситосанова Ольга Владимировна

РОЛЬ СЛОВ-АРГУМЕНТАТОРОВ EVEN - ДАЖЕ В ТАКТИКЕ УБЕЖДЕНИЯ

Исследование основывается на теории языковой аргументации Освальда Дюкро, считающего, что слова-аргументаторы благодаря своей прагматической природе способны изменять аргументативную силу высказывания. Определены компоненты аргументации, с помощью которых происходит убеждение адресата: тезис и аргумент. Выявлена основная роль использования слов-аргументаторов в тактике убеждения. Фактическим материалом для данного исследования послужили примеры из художественных произведений английских и русских авторов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/7-2/48.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 7(73): в 3-х ч. Ч. 2. С. 166-169. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/7-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

5. Калинин О. И. Политический имидж как объект лингвистических исследований // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 10 (52): в 2-х ч. Ч. I. С. 79-83.
6. Крылова И. П., Гордон Е. М. Грамматика современного английского языка. М.: Университет, 2003. 448 с.
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
8. Николаева Т. М. От звука к тексту. М.: Языки русской культуры, 2000. 680 с.
9. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Киев, 2002. 574 с.
10. Санжаревский И. И. Политическая наука [Электронный ресурс]: словарь-справочник. URL: <http://www.glos.virmk.ru> (дата обращения: 01.02.2017).
11. Синельникова Л. Н. Политическая лингвистика: координаты междисциплинарности // Политическая лингвистика. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. № 4 (30). С. 41-47.
12. Conservative Party Conference 2012 in Birmingham: Full Transcript of David Cameron's Speech [Электронный ресурс]. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/conservative-party-conference-2012-in-birmingham-full-transcript-of-david-camerons-speech-8205536.html> (дата обращения: 04.02.2017).
13. David Cameron manifesto speech in full [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politics.co.uk/comment-analysis/2015/04/14/david-cameron-manifesto-speech-in-full> (дата обращения: 01.02.2017).
14. David Cameron's economy speech in full [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politics.co.uk/comment-analysis/2013/03/07/david-cameron-s-economy-speech-in-full> (дата обращения: 04.02.2017).
15. David Cameron's speech, Conservative Party Conference 2013: Full text [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newstatesman.com/staggers/2013/10/david-camerons-speech-conservative-party-conference-2013-full-text> (дата обращения: 01.02.2017).
16. David Cameron's speech on Scottish independence – full text and audio [Электронный ресурс]. URL: <https://blogs.spectator.co.uk/2014/02/david-camerons-speech-on-scottish-independence-full-text-and-audio/#> (дата обращения: 03.02.2017).
17. Dijk T. A. van, Kintsch W. Strategies of discourse comprehension. N. Y.: Academic Press, 1983. 389 p.
18. Party leaders back on the campaign trail after debate [Электронный ресурс]. URL: <http://www.itv.com/news/story/2015-04-03/party-leaders-back-on-the-campaign-trail-after-debate/> (дата обращения: 03.02.2017).
19. The importance of Scotland to the UK: David Cameron's speech [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/the-importance-of-scotland-to-the-uk-david-camerons-speech> (дата обращения: 02.02.2017).
20. Tory Party Conference 2015: David Cameron's speech in full [Электронный ресурс]. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/tory-party-conference-2015-david-camerons-speech-in-full-a6684656.html> (дата обращения: 05.02.2017).

**STRATAGEMIC AND TACTICAL COMPONENT OF POLITICAL LEADER'S IMAGE
(BY THE MATERIAL OF THE UNITED KINGDOM PRIMEMINISTER D. CAMERON'S SPEECHES)**

Sattarova Raksana Vinerovna
Bashkir State University (Branch) in Sterlitamak
raxana.sattarova@gmail.com

The article examines strategemic and tactical component of political leader's image which involves the use of linguistic means aimed to influence target audiences. The author concludes that political speeches are focused on synergetic effect of the applied linguistic means; one and the same addressee is addressed using the cluster of discursive strategies appealing to specific value orientations of a target audience.

Key words and phrases: image; political discourse; stratagem; strategy; tactics; value; target group; synergetic effect.

УДК 8; 81.25

Исследование основывается на теории языковой аргументации Освальда Дюкро, считающего, что слова-аргументаторы благодаря своей прагматической природе способны изменять аргументативную силу высказывания. Определены компоненты аргументации, с помощью которых происходит убеждение адресата: тезис и аргумент. Выявлена основная роль использования слов-аргументаторов в тактике убеждения. Фактическим материалом для данного исследования послужили примеры из художественных произведений английских и русских авторов.

Ключевые слова и фразы: аргумент; тезис; слово-аргументатор; тактика; стратегия.

Ситосанова Ольга Владимировна, к. филол. н., доцент
Ангарский государственный технический университет
violets-f@mail.ru

РОЛЬ СЛОВ-АРГУМЕНТАТОРОВ *EVEN* – ДАЖЕ В ТАКТИКЕ УБЕЖДЕНИЯ

В процессе общения адресант старается убедить адресата в правильности своего утверждения, тем самым изменить его взгляд на мир и завоевать авторитет.

По мнению В. З. Демьянкова, «любое общение может рассматриваться как ситуация убеждения, так как в нем может присутствовать спорный вопрос; возможность разумного обсуждения данного вопроса в определенных

ситуациях; возможности перехода к заключению именно в результате обсуждения» [2, с. 330]. Так, убеждение может быть достигнуто лишь тогда, когда коммуниканты не только соглашаются с мнением собеседника, но и могут его обосновать. Так как в коммуникации всегда участвуют как адресат, так и адресант, то убеждение будет носить аргументационный характер.

Аргументация – речевая деятельность, совершаемая людьми, протекающая в конкретной ситуации общения. Поэтому аргументация начинается с установления тезисов (фактов). При обосновании заключения тезисы подтверждаются аргументами, то есть происходит процесс убеждения адресата в приемлемости выдвинутого тезиса [4, с. 15].

Тезис – это положение, используемое для доказательства и имеющее аргументацию, которая внушается адресантом адресату, то есть тезис должен стать составной частью убеждения адресата. Тезис, выдвигаемый без аргументации, сам является аргументом.

Аргументами являются доводы, доказательства и средства, помогающие установить контакт между адресатом и адресантом [Там же, с. 34-49].

Основной целью аргументации является внутреннее принятие тезиса адресанта адресатом. Задачей аргументации является усиление или ослабление чьих-то убеждений.

Согласно лингвисту О. Дюкро, «аргументативное значение высказывания складывается как от выражаемой информации, так и само высказывание может состоять из оборотов, коннекторов, слов-аргументаторов, которые придают высказыванию аргументативную направленность» [10, р. 11].

Основные свойства слов-аргументаторов определяются следующими функциями: соединением речевых актов и реализацией акта аргументации, т.е. акта, заставляющего адресата интерпретировать высказывание как аргумент для некоторого заключения, которое имеет целью адресант [6, с. 126].

Аргументативная сила слов-аргументаторов имеет направление, которое формируется относительно интенции адресанта. Иными словами, в определенной ситуации общения адресант для достижения своей цели выстраивает стратегический план. Таким образом, теория языковой аргументации тесно связана со стратегиями и тактиками речевого общения.

Проанализировав языковой материал, мы пришли к выводу, что высказывания, включающие слова-аргументаторы в тактике убеждения, рассматриваются как аргументы для убеждения адресата.

Рассмотрим пример:

A. «The king's black eyes widened. “Can it be you've run away from your parents?”

“No, that is what reminded me of my past. In the city today I saw the person I ran away from... my husband – Nichodemus Critchton. I don't know how to tell your Majesty about this and still retain your affection and respect for me”.

“I think you're trying to lead me from my objective, Mistress Fairfax, or should I say Mistress Critchton?”

“Fairfax, please!” Fidelity corrected. “I don't *even* like to think about Nichodemus! When I saw him today...” She shuddered and sat on the daybed once again» [9, р. 185]. /

«Глаза короля расширились. “Неужели ты сбежал от своих родителей?”

“Нет, это то, что напомнило мне о моем прошлом. Сегодня в городе я увидела человека, от которого сбежала... мужа – Никодемуса Кричтон. Я не знаю, как рассказать вашему величеству об этом и при этом сохранить вашу привязанность и уважение ко мне”.

“Я думаю, что вы просто водите меня за нос, госпожа Фейрфакс, или я должен обо всем рассказать госпоже Кричтон?”

“Фэйрфакс, пожалуйста!”, – поправила Фиделити. “Мне *даже* не нравится думать о Никодемусе! Когда я увидела его сегодня...” Она вздрогнула и снова села на кушетку» (здесь и далее перевод автора статьи – С. О.).

В примере (1) тезисом высказывания адресанта на вопрос адресата (короля) является: «I ran away from... my husband» (я убежала от... мужа). Для подтверждения данного тезиса адресант использует аргумент: «I don't *even* like to think about Nichodemus» (мне *даже* не нравится думать о Никодемусе). Аргументатор *even* в тактике убеждения, стратегии волеизъявления применяется адресантом для убеждения адресата. Аргумент становится убедительным и категоричным.

В примере:

(2) «Я хочу понять, перестала ли я на тебя реагировать. Ты мне мешал все эти годы, Соловьев. Я все время помнила, как сильно любила тебя. И я хочу, наконец, убедиться, что это прошло. Или не прошло. Одно из двух. Лучше знать правду, *даже* если она мне не понравится, чем мучиться догадками и предположениями» [5, с. 28] – реализуется стратегия волеизъявления, тактика убеждения. В аргументативной структуре высказывания тезисом является утверждение: «Я хочу понять, перестала ли я на тебя реагировать». А аргументом к нему: «Лучше знать правду, *даже* если она мне не понравится». Используя слово-аргументатор *даже*, адресант показывает, что готов к любому результату, и *даже* к отрицательному.

Анализ прагматического аспекта позволил выявить основные случаи употребления аргументаторов в зависимости от типа аргумента:

– аргументы, представляющие собой ссылку на авторитет.

Авторитет – это лицо, компетентное в конкретной ситуации, упоминание которого будет являться для адресата убедительным в подтверждение определенного вывода [7, с. 96]. Использование авторитетов – один из способов воздействия на сознание. Его значимость – основное требование к авторитету.

Так, например, продавец в магазине (3):

«Я *даже* себе такую же кофточку оставила» – продавец в магазине является, как он считает, авторитетом для покупателя, и поэтому призывает прислушаться к его мнению [3, с. 155].

В примере:

(4) «“I don’t know, madame,” Fidelity replied. “I was thinking that perhaps I’d stay at home.”

“Stay at home?” the marquis cried. “But I was planning to claim everyone dance with you!”

“Surely you’re not serious!” Anne Wilmingtone exclaimed. “Everyone would be disappointed if you failed to attend!”

“Oh yes!” Aura added. “Gaston and I have become so fond of you. You must attend the ball if only for us. We will miss you when we leave.”

“They’re right, sweetheart,” Philip said softly. “It would do you good to put on a beautiful gown and go the belle of the ball.”

“You see,” Edmund laughed. “*Even* Philip wants you to go. I’m afraid you have no choice! [9, p. 366]. /

«“Я не знаю, мадам”, – ответила Фиделити. “Я хотела остаться дома”.

“Остаться дома?” – воскликнул маркиз. “Но я думал, что все смогут потанцевать с тобой!”.

“Конечно, ты это несерьезно!” – воскликнула Энн Уилмингтон. “Все расстроится, если ты не сможешь присутствовать!”.

“О да!” – Добавила Аура. “Гастон и я так тебя полюбили. Ты должна пойти на балл, хотя бы ради нас. Мы будем скучать по тебе, когда мы уйдем”.

“Они правы, дорогая”, – мягко сказал Филипп. “Тебе нужно надеть красивое платье и пойти на балл”.

“Видишь”, – засмеялся Эдмунд. “*Даже* Филипп хочет, чтобы ты пошла. Боюсь, у тебя нет выбора!”» – слово-аргументатор *even*, используемый в тактике убеждения, стратегии волеизъявления, делает аргумент более убедительным. Адресанты уговаривают молодую девушку пойти на бал. Тезисами утверждений являются: «I was planning to claim everyone dance with you» (я думал, что все смогут потанцевать с тобой!); «Everyone would be disappointed if you failed to attend!» (все расстроится, если ты не придешь!); «You must attend the ball if only for us» (ты должна пойти на бал, хотя бы ради нас). Аргумент представляет собой ссылку на авторитет: «*Even* Philip wants you to go» (даже Филипп хочет, чтобы ты пошла). В данном примере Филипп является авторитетом для Фиделити, так как она его очень любит и его мнение имеет значение для нее.

Следует заметить, что аргументы, вводимые словами-аргументаторами, не всегда содержат ссылку на авторитет как таковой. В некоторых случаях функции авторитета может выполнять лицо, чье присутствие (ввиду наличия каких-то качеств или характеристик) может служить доказательством определенного вывода, например:

(5) «“Some scrap!” he thought, entering the fresher air of Westminster. “Jolly lucky we were tucked away in there I don’t think I’ll mentioned it!” his ear was singing and he felt rather sick, already reduced to a brawl in a lavatory! It made one doubt one’s vocation. Not *even* the Member for Wasbaston, however, had come off with dignity, so that the affair was not likely to get into the papers» [11, p. 100]. /

«“Ну и скандал!” – подумал он, выходя на свежий воздух. – “Хорошо, что мы столкнулись в умывальной! Дома я, пожалуй, умолчу”.

Ухо у него ныло, настроение было скверное. Сияние фоггартизма потускнело, свелось к драке в умывальной. Есть с чего охладеть к своему призванию! Но *даже* депутат от Уошбэзона оказался в смешном положении, так что в газеты это дело едва ли попадет» [1].

Согласно контексту, Майкл подрался в уборной с депутатом от Уошбэзона. Рассуждая о случившемся, он выдвигает аргумент, используя слово-аргументатор *even* для большей убедительности: «Not *even* the Member for Wasbaston, however, had come off with dignity» (*даже* депутат от Уошбэзона оказался в смешном положении), для подтверждения тезиса: «the affair was not likely to get into the papers» (вряд ли эта ситуация попадет в газеты);

– аргументы, представляющие собой ссылку на заведомо истинные суждения (аксиомы, законы, правила).

Рассмотрим следующий пример:

(6) «“What a fuss people make about fidelity!” exclaimed Lord Henry. “Why, *even* in love it is purely a question for physiology. It has nothing to do with our own will. Young men want to be faithful, and are not; old men want to be faithless, and cannot: that is all one can say”» [12, p. 44]. /

«“Зачем люди стремятся к постоянству!” – воскликнул лорд Генри. – “*Даже* в любви верность – это всецело вопрос физиологии, она ничуть не зависит от нашей воли. Люди молодые хотят быть верны – не бывают, старики хотели бы изменять, но где уж им! Вот и все”» [8].

Тезисом высказывания является: «What a fuss people make about fidelity!» (Зачем люди стремятся к постоянству!). Аргументация в данном случае представлена через отсылку на заведомо истинные суждения: «*even* in love it is purely a question for physiology» (*даже* в любви верность – это всецело вопрос физиологии). Слово-аргументатор *even* помогает акцентировать внимание на том, что в жизни не может быть все постоянным и зависеть лишь только от воли человека.

В примере (7) аргумент, вводимый аргументатором *даже*, подтверждает уже всем известный факт, что в жизни ничего не происходит просто так:

(7) «*Даже* самая дикая сплетня не возникает ниоткуда, все равно в основе – чей-то замысел» [5, с. 53].

Анализ языкового материала с использованием слов-аргументаторов *even* – *даже* в тактике убеждения позволил сделать вывод, что основная роль слов-аргументаторов *even* – *даже* в тактике убеждения заключается в их способности подчеркнуть аргументативную силу высказывания, сделать аргумент более убедительным, а аргументативный акт – успешным.

Список источников

1. **Голсуорси Д.** Серебряная ложка [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.by/chapter.php/15394/18/Golsuorsi_7_Serebryanaya_lozhka.html (дата обращения: 23.05.2017).
2. **Демьянков В. З.** Конвенции, правила и стратегии общения (Интерпретирующий подход к аргументации) // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. 1982. Т. 41. № 4. С. 327-337.
3. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд-е 6-е, доп. М.: Издательство ЛКИ, 2012. 304 с.
4. **Калачинский А. В.** Аргументация публицистического текста. Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 1989. 120 с.
5. **Маринина А.** Стилист. М.: ЭКСМО-Пресс, 1998. 416 с.
6. **Рыжова Л. П.** Французская прагматика. М.: КомКнига, 2007. 240 с.
7. **Ситосанова О. В.** Семантика и прагматика слов-аргументаторов в бытовом дискурсе: дисс. ... к. филол. н. М., 2008. 158 с.
8. **Уайльд О.** Портрет Дориана Грея [Электронный ресурс]. URL: <http://avidreaders.ru/book/portret-doriana-greya.html> (дата обращения: 23.05.2017).
9. **Dubay S.** Flame of Fidelity. USA: Dorchester Publishing, 1995. 396 p.
10. **Ducrot O.** Analyses Pragmatiques // Communications. 1980. Vol. 32. № 1. P. 11-60.
11. **Galsworthy J.** The Silver Spoon. Amsterdam: Fredonia Books (NL), 2001. 290 p.
12. **Wilde O.** The Picture of Dorian Grey. L.: CRW Publishing Limited, 2003. 288 p.

THE ROLE OF ARGUMENTATIVE WORDS *EVEN* – *ДАЖЕ* IN THE TACTICS OF PERSUASION

Sitosanova Ol'ga Vladimirovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Angarsk State Technical University
violets-f@mail.ru

The study is based on the theory of language argumentation by Oswald Ducrot, who believes that the argumentative words due to their pragmatic nature are able to change the argumentative force of the utterance. The paper defines the components of the argument, with the help of which the recipient is persuaded: thesis and argument. The author reveals the main role of the use of argumentative words in the tactics of persuasion. The examples from fiction of the English and Russian writers serve as the factual material for the research.

Key words and phrases: argument; thesis; argumentative word; tactics; strategy.

УДК 81'44

В статье рассматриваются особенности лексико-семантического способа образования архитектурных терминов. Внимание уделяется процессу терминологизации слов общелитературного языка. Отмечается зависимость формирования терминологической метафоры от бессознательного стремления мозга индивида усваивать новые знания на базе имеющихся и уже вербализированных в языковой картине мира специалиста. Рассматриваются различные признаки переноса лексического значения и наиболее продуктивные лексико-семантические группы терминов-метафор.

Ключевые слова и фразы: термин; терминосистема; терминообразование; термины-метафоры; метафоризация; язык специальности; языковое сознание; профессиональная картина мира.

Сулейманова Альмира Камиловна, д. филол. н., доцент
Сабитова Наиля Гильмановна
Уфимский государственный нефтяной технический университет
sgaziz@ufanet.ru

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ТЕРМИНОЛОГИИ:
 МЕТАФОРА В ТЕРМИНОЛОГИИ АРХИТЕКТУРЫ**

Профессиональная компетенция высококлассного специалиста тесно связана с комплексом специальных знаний, которые базируются на лексике научного стиля речи в целом и языка узкой области знания в частности. Природа каждой научной сферы, отрасли или определенной области знания имеет свою собственную картину мира, значимой частью которой является освоение определенных видов профессиональной деятельности, овладение «образом» конкретной области науки или техники, целенаправленный отбор специфических языковых средств – терминологии.

Многими лингвистами терминология признается самостоятельным пластом лексики литературного языка. При определении термина на первый план выдвигается «понятийность» его содержания – слово или словосочетание с номинативной функцией, основанной на определении понятия (дефиниции). Во-вторых, термин является членом определенной конкретной терминосистемы, которая пополняется за счет разнообразных языковых средств. Анализируя современное состояние термина, можно отметить его большую семантическую гибкость, способность появления новых терминов на базе уже имеющихся, терминологизацию общеупотребительной лексики.