

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

---

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ЛИНГВИСТИКИ  
И ЛИНГВОДИДАКТИКИ  
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА  
ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБЩЕНИЯ**

**Сборник статей  
VIII Международной научной конференции**

*Москва, РУДН, 19–20 апреля 2018 г.*

Москва  
Российский университет дружбы народов  
2018

УДК 81'271.2(063)  
ББК -5\*81  
А43

У т в е р ж д е н о  
Р И С У ч е н о г о с о в е т а  
Р о с с и й с к о г о у н и в е р с и т е т а  
д р у ж б ы н а р о д о в

*Издание подготовлено при финансовой поддержке РФФИ,  
научный проект № 18-012-20004 г*

Редакционная коллегия:  
академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор  
*Е.Н. Малюга* (ответственный редактор, Москва, РУДН);  
академик МАНПО, доктор педагогических наук, профессор  
*Т.А. Дмитренко* (Москва, МПГУ);  
доктор филологических наук, профессор  
*Т.Б. Назарова* (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова);  
академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор  
*Е.В. Пономаренко* (Москва, МГИМО (Университет) МИД России);  
PhD, доцент *Алекс Круглов* (Лондон, Университет Метрополитан)

**А43      Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения** : сборник статей VIII Международной научной конференции. Москва, РУДН, 19–20 апреля 2018 г. – Москва : РУДН, 2018. – 355 с.

Сборник представляет собой материалы VIII Международной научной конференции «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения», проходившей в Российском университете дружбы народов 19–20 апреля 2018 г. Статьи посвящены актуальным проблемам преподавания иностранного языка делового общения, современным тенденциям профессионально ориентированного обучения иностранным языкам, использованию новых информационных технологий в учебном процессе, стратегиям обучения переводу в неязыковом ВУЗе, актуальным проблемам современной лингвистики, вопросам межкультурной коммуникации в аспекте языка делового общения.

Тексты материалов печатаются в авторской редакции

ISBN 978-5-209-08764-9

© Коллектив авторов, 2018  
© Российский университет  
дружбы народов, 2018

used in business improves critical thinking and analysis skills, improves business communication confidence and above all illustrates how language use is changing as we move more and more into an international working environment dominated by ICTs. And one more thing, as Steve Jobs, used to say: Do this and your students will think ‘totes amaze’ (= totally amazing)!

#### **References**

1. Anholt, S. 2010. Places, London: Palgrave.
2. Ashton, T.S. 2005, An Economic History of England: The Eighteenth century, London: Taylor & Francis.
3. Friedman, T. 2005. The World is Flat, London: Penguin
4. Kachru, B. 1992. The Other Tongue: English across cultures. Illinois: University of Illinois Press.
5. Naughton, J. 2012. From Gutenberg to Zuckerberg, London: Quercus.
6. Schmidt, E. & Cohen, J. 2013. The New Digital Age, London: John Murray.

*С.А. Абрамян,  
Ереванский государственный университет*

#### **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА АРГУМЕНТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

В исследовании рассмотрены лингвостилистические средства реализации аргументативных стратегий и тактик, каждая из которых имеет свои характерные особенности как на лексическом, так и стилистическом уровнях. В результате анализа таких механизмов речевого воздействия как логос, этос и пафос делается заключение о том, что язык играет существенную роль в аргументации и является ее составной частью.

*S.A. Abrahamyan,  
Yerevan State University*

## **LINGUISTIC MEANS OF ARGUMENTATION IN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE**

Linguostylistic means of realization of argumentative strategies and techniques are discussed in the paper. They have their own characteristic peculiarities both on lexical and stylistic levels. As a result of analysis of such models of persuasion as logos, ethos and pathos a conclusion is drawn that the language plays an important role in argumentation and is considered to be its integral part.

Аргументация играет важную роль в политическом дискурсе, главной целью которого является борьба за власть посредством оказания воздействия на аудиторию. Под аргументацией следует понимать приведение доводов с целью оправдания каких-либо идей, действий, отношений и ценностей [Freeley, Steinberg: 2009, p. 5]. Поскольку основной целью аргументации является убеждение людей в правильности или ошибочности тех или иных действий или идей и изменение позиции или убеждений другой стороны, ее можно рассматривать в качестве составной части коммуникативной стратегии персуазивности [Zarefsky: 2005, p. 6].

По мнению А.Н. Баранова, аргументация может рассматриваться как особый вид коммуникации, суть которой заключается в специфическом воздействии на сознание адресата языковых выражений, организованных говорящим в соответствии с принятыми в данной культуре принципами убеждения [Баранов: 1990, p. 6–7].

Аргументация включает в себя отмеченные еще Аристотелем такие методы убеждения, как логос, этос и пафос, которые активно используются в современном политическом дискурсе [Chilton: 2004]. Стратегия персуазивности включает в себя целый ряд субстратегий, в том числе стратегию позитивной саморепрезентации, т.е. такого метода аргументации и

убеждения как этос, стратегию по дискредитации оппонента, стратегию по выбору ценностей, стратегию солидарности, стратегию по созданию образа чужих и др. Для их осуществления говорящий использует разные аргументативные техники и тактики.

Говоря о средствах аргументации, исследователи различают с одной стороны, лексические средства, в том числе общественно-политическую лексику и термины, обеспечивающие подъязык политического дискурса и используемые для рациональной аргументации, а с другой стороны, стилистические фигуры и тропы, которые используются для суггестивного воздействия на аудиторию с целью получения определенного перлокутивного результата [Шейгал: 2004].

Специфика политической аргументации и особенно аргументации в сфере публичной политики заключается в том, что она тяготеет к ценностным аргументам. Политики стремятся апеллировать к тем ценностям, которые являются общими для всего общества и имеют позитивную коннотацию. Тем не менее в зависимости от своих идеологических позиций и прагматических целей политики могут актуализировать разные ценности. Так, исследование выявило, что в ходе президентской кампании 2016 г. Х. Клинтон в своих речах наиболее часто использовала слово “democracy”, в то время как Д. Трамп больше использовал слово “America”, из чего следует, что для Д. Трампа и аудитории к которой он обращается, главной ценностью является “Америка”, ее величие (“Make America Great Again”), т.е. национальная ценность, а не универсальная, каковой является демократия.

В политическом дискурсе активно используются такие средства аргументативного воздействия как семантические пресуппозиции, вопросительные конструкции с имплицитной семантикой (специальные и риторические вопросы), аргументация, основанная на пропозициях условных предложений типа «если случится А, то тогда случится В» (if A happens, then B will happen), т.е. на учете причинно-следственной связи,

апелляция к авторитетам и фонду общих знаний [Иссерс: 2009]. В то же время в политическом дискурсе часто используется такой риторический прием как эксплицитное указание на использование аргументативных шагов, например, “I’ll explain this to you”, “You /really/ must admit”, “Look here”. Частое использование сложных предложений с придаточным причины является еще одним средством аргументации. Так, в инаугурационной речи Д. Трампа союз *because*, вводящий придаточное предложение причины, был использован 40 раз: “A lot of people up there can’t get jobs. They can’t get jobs, **because** there are no jobs, **because** China has our jobs and Mexico has our jobs. They all have jobs”.

Одним из средств, активно используемых в политическом дискурсе, является тактика повтора. Эта манипулятивная стратегия основана на предположении того, что люди легко верят в то, что ими произнесено даже вопреки их воли [Sornig: 1989, p. 100]. Поэтому очень часто во время публичных выступлений говорящий обращается к аудитории для получения подтверждения своего мнения. Классическим примером этого является многократное повторение предвыборного лозунга Б. Обамы “Yes we can” аудиторией в ходе его победной речи 4 ноября 2008 г.

Повторы лежат в основе такой аргументативной тактики, как параллельные синтаксические конструкции: “**We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth, and we will bring back our dreams**” (Д. Трамп). Их смысл заключается в том, чтобы с помощью параллельно выстроенных коротких предложений и повтора слов обеспечить предельную ясность высказанных положений, способствовать их лучшему запоминанию и обеспечить необходимый пафос выступления.

В аргументации политического дискурса важное место занимает апелляция к авторитету. Выступающий использует идеи или действия кого-то человека или группы лиц в качестве доказательства своего тезиса. Следует учитывать, что в

политической борьбе интертекстуальность, «апелляции к авторитету» зачастую используются в контексте самопрезентации, обоснования своей позиции, взглядов и идей в зависимости от выбранной стратегии. Так, например, в президентской кампании 2016 г. Д. Трамп заявлял, что для восстановления величия Америки страна нуждается в великом лидере, который знает как это сделать. А поскольку таковым, по его мнению, является он сам, он делает интертекстуальные отсылки к самому себе и, в частности, к своей книге «Искусство заключать сделки»: “*Our Country Needs a Truly Great Leader... We need a leader that wrote “The Art of the Deal”. We need a leader that can bring back our jobs...*”. В данном случае Д. Трамп, по его мнению, представляет авторитет для слушателей и поэтому апеллирует к своим качествам успешного бизнесмена, умеющего заключать выгодные сделки.

Аргументативными средствами реализации стратегии солидарности могут быть использование местоимения солидарности *we*, обращение к почетным гостям при начале выступления, называние по имени как выражение солидарности или дружбы. В качестве средства выражения солидарности часто используется местоимение 1-го лица множественного числа в конструкции *Let us* для создания атмосферы взаимного понимания и доверия, разделения указанной общей цели (“*Let’s defeat her in November*” – из выступления Д. Трампа на конвенте республиканской партии).

Употребление личного местоимения *we* в инклюзивном значении является важным приемом, используемым политиками для подчеркивания единства со своим народом. Д. Трамп в своей инаугурационной речи активно использовал инклюзивное местоимение *we*, а также другие лексические единицы для подчеркивания своего единения с народом. Местоимение *we* было употреблено Д. Трампом 51 раз, местоимение *our* – 48 раз, а местоимение *I* всего 3 раза. Симптоматично, что инаугурационная речь Д. Трампа по своему стилю резко контра-

стировала с его предыдущими речами. Например, если в инаугурационной речи Д. Трампа активно использовалось местоимение *we* в инклюзивном значении, то в речи Д. Трампа в связи с выдвижением его кандидатуры на пост президента самым частотным было личное местоимение *I*, используемое в качестве главного средства в стратегии саморепрезентации.

В инаугурационной речи Д. Трампа можно выделить целый ряд аргументативных тактик, в том числе тактику иллюстрирования (*For many decades, we've enriched foreign industry at the expense of American industry; subsidized the armies of other countries, while allowing for the very sad depletion of our military. We've defended other nations' borders while refusing to defend our own*); тактику контрастивного анализа (*Washington flourished – but the people did not share in its wealth. Politicians prospered – but the jobs left, and the factories closed. The establishment protected itself, but not the citizens of our country*); тактику перспективы (*Together, we will determine the course of America and the world for years to come*) и др.

В речи Д. Трампа было использовано также значительное число риторических фигур и троп, которые на эмоциональном уровне выполняли аргументативную функцию. Например, использование метафор в таких предложениях как *mothers and children trapped in poverty in our inner cities; rusted out factories scattered like tombstones across the landscape of our nation; an education system flush with cash* создавали картину безысходного и бедственного положения в стране, которое было результатом правления предыдущих администраций и которое необходимо было менять.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить характерные для англоязычного политического дискурса аргументативные стратегии и тактики, каждая из которых имеет свои характерные средства языковой реализации. Дискурсивная стратегия позитивной репрезентации «себя» и негативной репрезентации «других» включает частое использование



дейктических слов с инклюзивным и эксклюзивным значениями [Wodak 2009, 585–586], что также подтверждает персуазивный потенциал лексических единиц [Zarefsky 2005, p. 50]. Проведенное исследование показывает, что языковые средства не являются нейтральными, они содержат в себе персуазивный компонент и играют существенную роль в аргументации.

### Литература

1. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1990.
2. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта: Наука, 2009.
3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004.
4. Chilton P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge.
5. Freeley A.J., Steinberg D.L. (2009). *Argumentation and Debate. Critical Thinking for Reasoned Decision Making*. Wadsworth: CENGAGE Learning.
6. Sornig K. (1989). Some Remarks on Linguistic Strategies of Persuasion // *Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. P. 95–113.
7. Wodak R. (2009). *Language and Politics // English Language: Description, Variation and Context*. London: Palgrave Macmillan. P. 577-593.
8. Zarefsky D. (2005). *Argumentation: The Study of Effective Reasoning*. Chantilly, Virginia: The Teaching Company.