

DOI: 10.12731/2218-7405-2015-5-25

УДК 81-119

ОБ АРГУМЕНТАТИВНЫХ СВОЙСТВАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Кардович И.К., Коробова Е.В.

Цель: *описать результаты анализа подборки экономических текстов с позиции проявления в них универсальной дискурсивной логико-коммуникативной категории аргументации.*

Метод и методология проведения работы. *Выбор экономических текстов в качестве материала исследования объясняется актуальностью изучения особенностей объективации в языке научного, в частности экономического, знания. Изучение экономического дискурса в контексте аргументации представляет интерес, так как, по нашему мнению, аргументация является универсальной категорией, сопровождающей создание любого речевого образования, характеризующегося относительно законченным смыслом, то есть имеющим определенную информативную ценность.*

Результаты. *Тексты экономического дискурса анализировались с точки зрения их аргументативного устройства в разных функционально-смысловых типах речи – повествовании, описании, рассуждении. В рамках этих форм категории информативности возможны разнообразные коммуникативные действия, такие как объяснение, опровержение, определение, доказательство, классификация и прочие, которые являются частными случаями обоснования авторской позиции (точки зрения, мнения, предложения), т.е. частными проявлениями аргументации.*

Исследование показало, что преобладающей текстовой формой в материале анализа выступает описание. В проанализированных текстах-рассуждениях и текстах-описаниях отмечаются следующие аргументативные действия: изложение, объяснение, классификация и экзemplификация. Три основных аспекта аргументации – фактуальный, логический и риторический представлены равномернее и ярче в текстах-рассуждениях по сравнению с текстами-описаниями, что свидетельствует о более активной аргументации в этом способе изложения информации.

Ключевые слова: *когнитивная лингвистика; дискурс; текст; аргументация; функционально-смысловые типы речи; описание; рассуждение.*

ABOUT ARGUMENTATIVE FEATURES OF ECONOMIC DISCOURSE

Kardovich I.K., Korobova E.V.

Purpose. *The work contains the results of economic text analysis in terms of uni-versal discourse logical-communicative category of argumentation.*

Methodology. *The choice of texts on economics as research material is determined by the actuality of the study of scientific knowledge objectification, in particular economic knowledge objectification, in discourse. The study of economic discourse in the context of argumentation is of interest as, in our opinion; argumentation is a universal category forming the basis of any discourse with a relatively complete sense that is having a particular information value. Economic discourse texts were analyzed in terms of their argumentation organization in different functional-semantic types of speech – description, reasoning, narration. Within these forms of information category various communication activities are possible, such as explanation, refutation, definition, demonstration classification and others which are particular cases of the substantiation of the author's position (point of view, opinion, suggestion), that is particular manifestations of argumentation.*

Results. *The research showed that the prevalent text form in the research material is description. In reasoning and narration texts the following argumentation activities are marked – stating, explanation, classification and exemplification. Three main aspects of argumentation – factual, logical and rhetoric are represented more equally and more vividly in reasoning texts in comparison with narration texts which testifies to a more active argumentation in this way of informing.*

Keywords: *cognitive linguistics; discourse; text; argumentation; functional-semantic types of speech; description; reasoning.*

Введение

Как известно, язык является универсальным инструментом для хранения, фиксации, передачи, разъяснения и переработки знаний. Изучая язык, семантику языковых знаков разных уровней языковой иерархии, можно проникнуть в концептуальный мир людей, понять особенности национального мышления, специфику исторически сложившейся в обыденном сознании конкретного языкового коллектива совокупности представлений об окружающем мире, получить более полное представление о когнитивных способностях человека.

Нам представляется интересным и перспективным материалом изучения с когнитивной точки зрения экономической дискурс, как речемыслительное отражение одной из основных сфер деятельности современного человека, и, в частности, экономические тексты с точки зрения их аргументативных свойств. В настоящей статье мы опишем результаты анализа подборки экономических текстов с позиции проявления в них универсальной дискурсивной логико-коммуникативной категории аргументации.

Материалы и методы

Наш выбор экономических текстов в качестве материала исследования не случаен. Являясь одной из главных сил экономического и социального развития мира в последние десятилетия, наука, и наука экономическая в первую очередь, оказывает все более существенное влияние на жизнь как, отдельно взятого человека, так и общества в целом. В отличие от обыденного знания человека, которое формируется в процессе его повседневной жизни, повседневного опыта, является продуктом обыденного сознания и часто именуется здравым смыслом, научное знание – это целенаправленно формирующееся знание, являющееся результатом профессиональной деятельности людей и имеющее специфику своей объективации в языке, что, несомненно, представляет интерес для изучения.

Что касается выбора предмета изучения, а именно явления аргументации, то следует подчеркнуть, что этот масштабный вопрос становится особенно важным и актуальным в свете исследования текстовой проблематики с коммуникативно-прагматической позиции. В частности, лингвистическая аргументация получила многостороннее освещение в отечественных и зарубежных работах [1, 7, 10, 11, 12, 13, 14, и др.].

Поскольку в статье неоднократно мы будем прибегать к понятиям «текст» и «дискурс», отметим кратко нашу позицию в отношении этих феноменов. Нам наиболее близко понимание дискурса как деятельности, взятой в совокупности процесса и результата, где процесс – это вербализуемая здесь и сейчас речемыслительная деятельность, а результат – это совокупность текстов, порожденных в процессе коммуникации [4]. Двойственная природа дискурса проявляется также в двuasпектности речемыслительной деятельности человека – собственно лингвистической, то есть знание [использование] словарных единиц и грамматических правил, преобразующих лексические единицы в осмысленное высказывание, и лингвокогнитивной – способности выбирать и использовать адекватные языковые единицы в зависимости от цели и ситуации общения; типа высказывания в процессе порождения текстов и способности понимать различные виды коммуникативных высказываний.

Текст, являясь базовой единицей дискурса, представляет собой упорядоченную форму коммуникации, лишенную спонтанности и имеющую выраженную функциональную направленность, то есть ориентацию на выполнение какой-то заранее намеченной цели сообщения. В российских работах когнитивного направления неоднократно указывалось на текст как на возможный объект концептуального и когнитивного анализа [6]. Как известно, среди доминирующих лингвистических теорий конца XX века заметное место заняла лингвистика текста, в рамках которой проводятся исследования текста в самых разных аспектах и отношениях. Тем не менее, как отмечает Е.С. Кубрякова удивительно, что данная дисциплина не имеет общепринятого определения главного своего объекта – текста и почти каждое исследование в данной области начинается с размышлений о том, что же такое текст и какие признаки или свойства характеризуют то, что обозначается данным термином [6]. Как правило, все авторы, занимающиеся текстовой проблематикой, приводят определение текста, данное И.Р. Гальпериним в 1981 году. Согласно этому определению, «текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [2, с. 18]. Принимая данное определение за основу, исследователи продолжают размышлять над этой категорией, причисляя ее к числу «естественных». Как отмечает Е.С. Кубрякова, «текст относится к наиболее очевидным реальностям языка, а способы его интуитивного выделения не менее укоренены в сознании современного человека, чем способы отграничения и выделения слова» [6, с. 72]. Лингвисты, работающие в рамках когнитивного подхода, признают, что все естественные категории, построены по прототипическому принципу, при этом под прототипом категории понимается яркий представитель своей категории (образец, эталон), который наиболее полно фокусирует в себе ее признаки, концентрирует наибольшее число общих для категории черт и очевиднее всего характеризует то, как представлена (репрезентирована) сама категория в сознании человека, с какой структурой знания и опыта она ассоциируется. Е.С. Кубрякова предлагает считать прототипическими тексты, ограниченные по своей протяженности, тексты малого объема, к которым автор относит письма и небольшие инструкции к артефактам, статьи в энциклопедиях, публицистические статьи в газетах и журналах, тексты-интервью, и т.п. Поскольку отнесенность к категории текста отдельных предложения и даже мини-текстов, например, надписей, является дискуссионной, нам представляется разумным выбор малых текстов, в частности текстов статей, в качестве удобного материала для исследования текста как структуры хранения и передачи знаний.

Вслед за большинством лингвистов мы исходим из того, что одной из основных текстообразующих категорий наряду со связностью и целостностью выступает категория информативности. Под информированием в общепринятом смысле понимается передача знания, представленного в форме объективного сообщения [15]. Общеизвестными формами категории информативности являются повествование, описание, рассуждение. В лингвистической литературе их традиционно называют функционально-смысловыми типами речи (ФСТР). Описание содержит перечисление свойств, признаков предмета; повествование – это рассказ о событиях во временной последовательности; рассуждение предполагает изучение отношений предметов, действий, раскрытие внутренних признаков явления или предмета, доказательство каких-либо положений.

В рамках названных функционально-смысловых типов речи возможны разнообразные коммуникативные действия, такие как объяснение, опровержение, определение, доказательство, классификация и прочие, которые являются частными случаями обоснования авторской позиции (точки зрения, мнения, предложения), т.е. частными проявлениями аргументации [16], которая, по нашему мнению, является универсальной категорией, сопровождающей создание любого речевого образования, характеризующегося относительно законченным смыслом, то есть имеющим определенную информативную ценность. Аргументация – это логико-коммуникативный процесс, служащий обоснованию определенной точки зрения с целью ее восприятия, понимания и (или) принятия индивидуальным или коллективным реципиентом. Аргументация выступает универсальным средством убеждения, как основного способа речевого воздействия, является каркасом процесса конструирования и передачи знаний как ментальных репрезентаций ситуаций, событий и т.д. реального мира, служит универсальной процедурой коммуникативно-прагматического обоснования определенного фрагмента знания с целью его передачи в ходе дискурсивной деятельности. Иными словами, всякий дискурс предполагает речевое воздействие, всякое речевое воздействие осуществляется через убеждение (и/или внушение), всякое убеждение неразрывно связано с аргументацией.

Безусловно, аргументативный потенциал вышеперечисленных действий (доказательство, объяснение и пр.) не одинаков, что, на наш взгляд, объясняется своеобразием структуры аргументации в каждом конкретном случае ввиду определенной коммуникативной установки, предмета коммуникации, социальных характеристик участников коммуникации и целого ряда прочих факторов. Согласно классическому определению аргументация представлена следующими аспектами: фактуальным, под которым понимается собственно информация о фактах, привлекаемых в качестве аргументов; риторическим, то есть разнообразные формы и стили

речевого и эмоционального воздействия; этическим, означающим нравственную приемлемость или дозволенность аргументов; логическим, подразумевающим связность и последовательность аргументов, и, наконец, аксиологическим, сопряженным с ценностным подбором аргументов [16]. Соотношение указанных компонентов, их своеобразная пропорция создает определенную аргументативную напряженность информационного сообщения. Если мысленно представить шкалу аргументативной напряженности, то, по всей видимости, вектор роста будет направлен от таких действий как изложение, определение и др. в сторону подтверждения, опровержения и доказательства. Как уже отмечалось выше, конкретное аргументативное устройство того или иного дискурса будет зависеть от целого набора факторов, и, прежде всего, таких как предметная область речевой деятельности, возраст участников коммуникации, национально-психологические особенности адресата информации, всего комплекса социальных, национально-религиозных, культурных факторов, оказывающих влияние на восприятие информации.

В частности, в процессе когнитивного развития личности, на разных этапах ее коммуникативного роста способность аргументации, аргументативный аппарат человека, возможно предсуществующий речевой деятельности, несомненно, совершенствуется и шлифуется, оттачиваются механизмы риторической и логической аргументации. Подтверждение этой мысли мы находим в размышлениях ряда исследователей о врожденных когнитивных способностях человека. В последние годы все больше сторонников находит идея о том, что знание существует в виде ментальных репрезентаций, представляющих собой формальное задание знаний в рамках системы знаний, а язык формируется для объективации этих знаний [5]. Одним из первых исследований о том, как репрезентирован в ментальности человека язык, стала книга Н. Хомского [8]. По мнению автора, когнитивная способность речи является врожденной, что объясняет быстрое овладение ребенком системы языка на базе скудных данных первых лет его развития. При разном отношении исследователей к данной концепции многие когнитивисты говорят о некоторой предсуществующей языку концептуальной системе, на основе и во взаимодействии с которой, развивается язык как система знаков. Общеизвестно, что речевое развитие ребенка начинается позже его когнитивного развития. В доречевой период ребенок способен выполнить простейшие просьбы взрослых и начинает понимать обращенную к нему речь, что было бы невозможно, «если б у ребенка не были бы сформированы соответствующие ментальные репрезентации, предшествующие по своей сути формированию у детей идеальных сторон конвенциональных знаков [5]. На наш взгляд, подобно тому, как концептуальная система человека постоянно меняется, развивается, обогащается новыми концептуальными структурами

в процессе жизнедеятельности и познания, так и аргументативный аппарат языковой личности претерпевает постоянное изменение и развитие, пополняется новыми приемами и методами аргументации, что отражается как в авторских способах изложения информации в тексте, так и в способах извлечения этой информации адресатом и ее последующей интерпретации.

Приступая к изложению практических результатов нашего текстового анализа, считаем необходимым сделать еще одно уточнение. Анализируя аргументацию в выбранной группе текстов, мы не принимали в расчет как неактуальное для целей данного исследования, допущение, что наряду с «лояльными приемами аргументации» [термин Е.В. Шелестюк, 9, с. 15], такими как подбор весомых аргументов с целью выстраивания эффективного обоснования своей позиции, сопоставление и сравнение, приведение цифровых примеров и статистических данных и т.д., аргументирующая сторона нередко использует манипулятивные приемы, например, фабрикации фактов, их подтасовку, маскировку и дробление информации, пристрастную селекцию аргументов, постепенное субъективное изменение существа дела, игнорирование значения опровергаемых аргументов, размывание и подмену понятий.

Результаты

Ниже мы излагаем результаты анализа подборки из 28 статей по экономической тематике, содержащихся в текстовом корпусе учебного комплекса Market Leader upper-intermediate, 2000, с точки зрения аргументативного устройства текстовой информации в разных функционально-смысловых типах речи.

Учитывая коммуникативную задачу, выполняемую текстом, заложенную в него коммуникативную интенцию автора, можно говорить о преобладающем в том или ином тексте функционально-смысловом типе речи, что, естественно, не исключает возможность сочетания способов изложения в них. С этой точки зрения нам встретились тексты, строго организованные по одному из ФСРТ, и тексты, имеющие более расплывчатую речевую форму.

Соотношение текстов с позиции преобладающего ФСРТ следующее:

Тексты-рассуждения – 7.

Тексты-описания – 20.

Тексты-повествования – 1.

Большинство текстов-рассуждений представляют собой рассуждения в форме объяснения (пояснения) тезиса, содержащегося в ключевой мысли. Ключевая мысль может эксплицитно содержаться в заголовке статьи. Например, «Successful Japanese companies are the ones with a

strategy». Текст статьи подводит читателя к ответу на вопрос, что является залогом экономического успеха стран. Почему стратегия является ключевым моментом для конкурентоспособности Японии? Еще один пример – статья «Stay tuned to consumer taste», в которой объясняется причина коммерческого провала большого количества новых товаров, выпускаемых на рынок. Авторское рассуждение на тему корпоративной лояльности в статье «What price a job change» начинается с вопроса–заголовка, а ключевая авторская позиция резюмируется в финале статьи. Аналогичным образом стат-рассуждение по вопросу перспектив соотношения доли услуг и собственно производства в деятельности крупных производственных компаний завершается ярко оформленным выводом: «There is a moral here...», который замыкает авторское рассуждение на указанную тему, очерченную в заголовке: «Steering an uncertain course to a future of services, not goods».

Что характерно для всех проанализированных статей – рассуждений с точки зрения языкового оформления структуры аргументации?

В текстах–рассуждениях отмечаются следующие довольно часто встречающиеся лингвистические явления:

1. Вопросительные предложения, например:

What is the moral of the story?

Why is all this good for the client? Can Japan compete?

2. Экспрессивные языковые средства, например, усилительные наречия: *merely, immensely, deeply, highly, heavily, especially, greatly, really, simply* и др.

3. Эмфатические конструкции, например:

Not only does it encourage business relationships, it also develops tools, such as Electronic Data Interchange [EDI] technology, that facilitate business partnerships in other markets.

4. Параллельные конструкции:

«Advantages that come from best practice alone can be imitated away. Advantages that come from strategy are far more sustainable».

5. Эмоционально-оценочные лексические средства с ярко выраженной положительной или отрицательной окраской.

Отрицательная оценка содержится в следующих лексических единицах – *the worst nightmare, problems, the missing link, weaknesses, the threat of competition, disastrous effects, limited choices, a daunting task, little control, inconsistent, unreasonable, failed, collapsed* и прочих.

Положительная оценка представлена такими лексическими средствами, как *revival, success, sustained profitability, benefits, unique positions, created* и другими.

6. Прилагательные и наречия в превосходной степени – the best practice, the highest performance, the most profitable company и др.

7. Разнообразные коннекторы логико-семантической связи, в частности, yet, on the other hand, but, in the end, so, however и др.

Довольно богатая палитра оценочной лексики свидетельствует о том, что автор не уклоняется от оценок и эксплицитно выражает свое отношение к обсуждаемому вопросу. Более того, в текстах–рассуждениях нередко встречается модальный глагол should и предложения типа it is clear, the real moral is that..., что говорит о четкой авторской позиции в отношении ключевой мысли.

Убедительное выстраивание фактуальной канвы информационного сообщения не менее важно, чем риторический или логический аспекты аргументации. В указанных статьях авторы приводят цифровые данные, результаты социологических исследований и опросов, статистические материалы. Ведь известно, что цифры убеждают. При этом тексты статей не перегружены цифровыми примерами, что тактически верно, так как нагромождение цифр может вызвать негативную реакцию адресата. При упоминании того или иного факта называется источник информации. Подача фактического материала проводится с учетом социально-психологических особенностей восприятия информации. Один из вариантов – описывается текущее состояние дел с указанием недостатков или проблем, а затем предлагается решение с обоснованием его преимуществ, например в статье «The bad news as well as the good». Другой способ аргументации с целью влияния на мнение адресата – рассуждение с приведением плюсов и минусов сложившейся ситуации, размышление о преимуществах и недостатках какого-либо решения проблемы. При этом для правильного с позиции автора извлечения информации адресатом, понимания и принятия адресатом позиции автора описание недостатков может следовать за перечислением преимуществ. Так, в статье «What price a job change» авторские рассуждения о происходящих изменениях во взаимоотношениях работников и работодателей в свете современности и, в частности, о смене приоритетов в отношении « работы на всю жизнь» завершаются предупреждением: «But beware when there is a change in the market, employers will look at their staff to see which of them have demonstrated loyalty in their career history». Излагая информацию с целью убеждения адресата, авторы избегают излишней абстрактности, пользуются примерами, наглядными доводами, прибегают к образной речи. Например, «...open systems were a two-edged sword», «business landscape», «...companies, like priests and ministers, are never perfect», «...the biggest mistake companies can make is to wear a halo» и т.д.

Представленная картина лингвистической оформленности статей-рассуждений однозначно свидетельствует о том, что в указанных текстах весьма равномерно представлены три базовые составляющие аргументации: логический аспект, выраженный довольно многочисленными средствами логико-семантической связи, риторический аспект, представленный выразительным набором экспрессивно-оценочных средств, и фактуальный, составляющий информационную основу сообщения.

Теперь обратимся к результатам анализа текстов-описаний. Обобщенно и условно среди текстов-описаний мы выделяем несколько их разновидностей:

- описание-презентация новой идеи, модели, стратегии, услуги и т.д., например презентация телефонной службы обратной связи работников и руководства компании;
- описание-характеристика, к которому мы относим описание отличительных свойств каких-либо предметов, явлений, в частности, описание четырех стилей корпоративного руководства;
- описание-анализ, т.е. сообщение с элементами авторской критической оценки, например, описание проблемной ситуации, сложившейся в результате поглощения немецкой компании Mittelstand англо-американским бизнесом;
- описание–призыв [побуждение] к совершению определенных действий, как призыв к участникам розничного рынка электронной торговли в Западной Европе с целью побуждения их к более активному наращиванию своего присутствия и доли участия;
- описание-обзор, например, описание опыта компаний по созданию, развитию и укреплению потребительской лояльности.

Превалирующее аргументативное действие в текстах–описаниях – изложение, также встретились классификация и экземплификация.

С точки зрения языкового оформления фактуальной основы аргументирования авторской интенции, в целом в этих текстах, как и в текстах-рассуждениях отмечается ряд основных характеристик типичных для научно-популярного стиля изложения информации:

- 1) обилие примеров, имен собственных, дат и т.д., обеспечивающих конкретизацию подаваемой информации;
- 2) преимущественно прямой порядок слов, обеспечивающий объективность изложения;
- 3) отсутствие активного использования терминов, ввиду потенциально возможной широкой аудитории с разной степенью экономической подготовки.

Риторическая составляющая аргументации представлена эмоционально окрашенной лексикой; фразеологизмами, например «The last straw was a morning cheerleader session...», «Caught in media crossfire», «bolted together from two acquisitions...», «...the two companies attacking this market space...» и т.д.; прилагательными в превосходной степени; редко встречающимися эмфатическими структурами, например: «It wasn't until after the end of the Napoleonic wars – 50 years after the first introduction of textile machinery – that the revolution moved outside the UK».

Что касается средств выражения логико-семантической связи, то в сопоставлении с текстами-рассуждениями эти сигналы логического аспекта аргументации представлены довольно скупо, особенно в текстах-характеристиках.

Один из текстов – «Volvo digs deep in Korea» можно условно рассматривать как повествование о действиях, предпринятых компанией Volvo и одним из ее лидеров, с целью достижения успеха в развитии бизнеса по производству строительной техники в Корее. С другой стороны этот текст можно рассматривать как описание основных шагов компании Volvo по осуществлению поставленной цели.

Замеченные нами отличия вербального проявления фактуального, логического и риторического аспектов аргументации в текстах-рассуждениях и текстах-описаниях, составляющих большинство проанализированных текстов, сводятся к следующему.

1. В текстах-описаниях значительно реже встречаются вопросительные предложения, привлекающие внимание читателя к какому-либо вопросу.

2. В текстах-описаниях наблюдается частое употребление десемантизированных глаголов, использование их в роли связочных глаголов со значениями «быть», «являться», «закключаться» и др., а также отмечается наличие довольно большого количества глаголов широкой семантики «иметь», «существовать» и т.д. Указанные значения, как правило, передают глаголы «to be», «to have». Напротив, в текстах-рассуждениях на фоне разнообразной глагольной лексики часто представлены эмоционально окрашенные глаголы, например: «trends sweeping across the business landscape», «sifting through the performance of hundreds of Japanese companies...», «computer users rebelled...», «clients were locked into a particular supplier's system» и т.д.

3. В отличие от текстов-описаний большинство текстов-рассуждений имеют выводы, которые, как известно, делают передачу информации более весомой, яркой, обобщают факты, позволяют достичь желаемой цели коммуникации, обладают большим убеждающим потенциалом.

4. В текстах-описаниях по сравнению с текстами-рассуждениями меньше коннекторов логико-семантической связи; она выражена менее эксплицитно, а, значит, менее акцентно представлен логический аспект аргументации.

Выводы

1. Аргументация, являясь универсальным способом организации дискурса, проявляется в экономических текстах в разнообразных аргументативных действиях в рамках трех основных текстовых форм – описания, повествования и рассуждения. Преобладающей текстовой формой в материале анализа выступает описание. В проанализированных текстах-рассуждениях и текстах-описаниях отмечаются следующие аргументативные действия: изложение, объяснение, классификация и экземплификация.

2. Три основных аспекта аргументации – фактуальный, логический и риторический представлены равномернее и ярче в текстах-рассуждениях по сравнению с текстами-описаниями, что свидетельствует о более активной аргументации в этом способе изложения информации.

Список литературы

1. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации [когнитивный подход]: дис. ... докт. филол. наук / А.Н. Баранов. – М., 1990. 378 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. 137 с.
3. Дашкова С.Ю. Логико-прагматический анализ аргументации в научно-учебном тексте [На материале французского и русского языков]: дис. ... канд. филол. наук / С.Ю. Дашкова. – Кемерово, 2004. 154 с.
4. Красных В.В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода [коммуникативный акт, дискурс, текст]: дис. ... докт. филол. наук / В.В. Красных. – М., 1999. 656 с.
5. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.: Институт языкознания; Тамбов: Тамбовский госуниверситет им. Г.Р. Державина, 2007. № 4. С. 8-16.
6. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения. Текст. Структура и семантика. Т. 1. – М., 2001. С. 72-81.
7. Фанян Н.Ю. Аргументация как лингвопрагматическая структура: дис. ... докт. филол. наук / Н.Ю. Фанян. – Краснодар, 2000. 354 с.
8. Хомский Н. Язык и мышление / Н. Хомский. – М., 1972.
9. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.В. Шелестюк. – Челябинск, 2009. 43 с.
10. Johnston H.W. Some Reflections on Argumentation // Philosophy, Rhetoric and Argumentation. Pennsylvania, 1963, 292 p.

11. Lakoff R.T. *Talking Power: The Politics of Language*. – New York, 1990, 194 p.
12. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Univ. of Notre Dame Press. 1969. 45 p.
13. Toulmin S.E. *The Uses of Argument*. – Cambridge, 1958. 230 p.
14. Walton D.N. *Argument Schemes for Presumptive reasoning*. – NJ, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. 232 p.

Справочные и информационные издания

15. Кондаков Н.И. *Логический словарь-справочник*. – М., 1975.
16. Новейший философский словарь – www.philosophi-terms.ru (дата обращения 28.11.2013).

References

1. Baranov A.N. *Lingvisticheskaya teoriya argumentatsii (kognitivnyy podkhod)* [The linguistic theory of argumentation (cognitive approach)]: dis. ... dokt. filol. nauk / A.N. Baranov. – М., 1990. 378 p.
2. Gal'perin I.R. *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object for a linguistic research]. – М.: Nauka, 1981. 137 p.
3. Dashkova S.Yu. *Logiko-pragmaticheskiy analiz argumentatsii v nauchno-uchebnom tekste* [The logical- pragmatical analysis of argumentation in scientific-educational text]: dis. ... kand.filol. nauk / S.Yu. Dashkova. – Kemerovo, 2004. 154 p.
4. Krasnykh V.V. *Struktura kommunikatsii v svete lingvo-kognitivnogo podkhoda [kommunikativnyy akt, diskurs, tekst]* [The structure of communication in lingvo-cognitive approach [the act of communication, discourse, test]: dis. ... dokt. filol. nauk /V.V. Krasnykh. – М., 1999. 656 p.
5. Kubryakova E.S., Dem'aynkov V.Z. *K probleme mental'nykh representatsiy* [To the problem of mental representations] // *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. – М.: Institut yazykoznaneya; Tambov: Tambovskiy gosuniversitet im. G.R.Derzhavina, 2007. № 4. Pp. 8-16.
6. Kubryakova E.S. *O tekste i kriteriyakh ego opredeleniya* [About a text and the criteria for its definition]. *Tekst. Struktura i semantika*. Vol. 1. – М., 2001. Pp. 72-81.
7. Fanyan N.Yu. *Argumentatsiya kak lingvopragmaticheskaya struktura* [Argumentation as a lingvo-pragmatical structure]: dis. ... dokt. filol. nauk / N.Yu. Fanyan. – Krasnodar, 2000. 354 p.
8. Khomskiy N. *Yazik i myshlenie* [Language and thinking] / N. Khomskiy. – М., 1972.

9. Shelestyuk E.V. *Rechevoe vozdeystvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya* [Speech influence: ontology and research methodology]: avtoref. dis. ... kand.filol.nauk / E.V. Shelestyuk. – Chelyabinsk, 2009. 43 p.
10. Johnston H.W. *Some Reflections on Argumentation // Philosophy, Rhetoric and Argumentation*. – Pennsylvania, 1963, 292 p.
11. Lakoff R.T. *Talking Power: The Politics of Language*. – New York, 1990, 194 p.
12. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Univ. of Notre Dame Press. 1969. 45 p.
13. Toulmin S.E. *The Uses of Argument*. – Cambridge, 1958. 230 p.
14. Walton D.N. *Argument Schemes for Presumptive reasoning*. – NJ, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. 232 p.
15. Kondakov N.I. *Logicheskiy slovar'-spravochnik* [Logical dictionary and reference]. – M., 1975.
16. *Noveyshiyy filosofskiy slovar'* [The modern philosophy dictionary] (accessed 28.11.2013).

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Кардович Ирина Кимовна, доцент кафедры иностранных языков № 1, кандидат филологических наук

*Российский государственный экономический университет им. Г.В. Плеханова
Стремянный пер., д. 36, г. Москва, 115054, Россия
kardovich.irina@gmail.com*

Коробова Екатерина Владимировна, доцент кафедры иностранных языков №1, кандидат педагогических наук

*Российский государственный экономический университет им. Г.В. Плеханова
Стремянный пер., д. 36, г. Москва, 115054, Россия
ekkorobova@yandex.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kardovich Irina Kimovna, associate professor in foreign languages department №1, Ph.D. in Philological Science

*Plekhanov Russian State University of Economics
36, Stremyanniy lane, Moscow, 125993 Russia
kardovich.irina@gmail.com*

Korobova Ekaterina Vladimirovna, associate professor in foreign languages department №1,
Ph.D. in Pedagogical Science
Plekhanov Russian State University of Economics
36, Stremyanniy lane, Moscow, 125993 Russia
ekkorobova@yandex.ru