(4). Гаврилов, В.В. Становление методики развития коммуникативной компетенции учащихся средней школы.В.В.Гаврилов. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-metodiki-razvitiyakommunikativnoy-kompetentsii-uchaschihsya-sredney-shkoly/viewer (дата обращения: 20.05.2023). Текст: электронный.

(5). Чан, С.С (2021). Помощь университету студенты находят свое рабочее место потребности в общении: эклектичный и междисциплинарный подход к облегчению обучение на рабочем месте коммуникация. Английский для конкретного Цели, 64, 55–71.https://doi.org/10.1016/j.esp.2021.07.002

(6). Дронь, Е.Н. Квазитекст на уроках русского языка и литературы. Е.Н.Дронь, М.А.Стешенко. Текст: :электронный. Калининградский вестник образования. 2020, № 1, с. 43–54. URL: https://cyberleninka. ru/article/n/kvazitekst-na-urokah-russkogo-yazyka-i-literatury (дата обращения: 26.06.2023).

Нажмиддинова Сарафроз Нажмиддин қизи (Навоийский государственный университет)

ТАКТИКИ АРГУМЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: АНАЛИЗ ЛОГОСА, ЭТОСА И ПАТОСА

Аннотация. *В статье мы рассматриваем тактики аргументации, которые используются в политическом дискурсе для влияния на общественное мнение и манипуляции им. Мы фокусируемся на трёх классических методах убеждения, предложенных Аристотелем: логос (обращение к разуму), этос (обращение к авторитету) и патос (обращение к эмоциям). Эти стратегии помогают политикам не только завоевать доверие аудитории, но и ослабить позиции своих оппонентов. Мы исследуем, как эмоциональные и логические аргументы влияют на восприятие людей, а также анализируем, как этос и патос взаимодействуют в политической риторике. В статье приводятся примеры того, как эти тактики используются на практике, и предлагаются теоретические рамки для анализа политической риторики.*

Ключевые слова*: аргументация, политический дискурс, логос, этос, патос, риторические стратегии.*

Najmiddinova Sarafroz Najmiddin qizi (Navoi davlat universiteti)

SIYOSIY DISKURSDA ARGUMENTATSIYA TAKTIKASI: LOGOS, ETOS VA PATOS TAHLILI

Annotatsiya. *Ushbu maqolada siyosiy diskursda jamoatchilik fikriga ta'sir o'tkazish va uni manipulatsiya qilish uchun qo'llaniladigan argumentatsiya taktikasi ko'rib chiqiladi. Biz Aristotel tomonidan taklif qilingan uchta klassik ishontirish usuliga e'tibor qaratamiz: logos (aqlga murojaat qilish), ethos (obro'-ga murojaat qilish) va pathos (hissiyotlarga murojaat qilish). Bu strategiyalar siyosatchilarga nafaqat auditoriyaning ishonchini qozonishga, balki raqiblarining pozitsiyalarini zaiflashtirishga ham yordam beradi. Biz hissiy va mantiqiy dalillar odamlarning qabul qilishiga qanday ta'sir qilishini o'rganamiz va etos hamda patos siyosiy ritorikada qanday o'zaro bog'liq ekanini tahlil qilamiz. Maqolada ushbu taktikalar amaliyotda qanday qo'llanilishi bo'yicha misollar keltiriladi hamda siyosiy ritorikani tahlil qilish uchun nazariy asoslar taklif etiladi.*

Kalit so'zlar*: argumentatsiya, siyosiy diskurs, logos, etos, patos, ritorik strategiyalar.*

Najmiddinova Sarafroz Najmiddin qizi (Navoi State University)

ARGUMENTATION TACTICS IN POLITICAL DISCOURSE: AN ANALYSIS OF LOGOS, ETHOS, AND PATHOS

Annotation. *This article examines the argumentative tactics used in political discourse to influence and manipulate public opinion. We focus on the three classical methods of persuasion proposed by Aristotle: logos (appeal to reason), ethos (appeal to authority), and pathos (appeal to emotions). These strategies help politicians not only gain the trust of their audience but also weaken the positions of their opponents. We explore how emotional and logical arguments impact people's perceptions and analyze how ethos and pathos interact in political rhetoric. The article provides examples of how these tactics are used in practice and offers theoretical frameworks for analyzing political rhetoric.*

Keywords*: argumentation, political discourse, logos, ethos, pathos, rhetorical strategies.*

Введение. Аргументация всегда привлекала внимание выдающихся мыслителей. Ещё философы Древнего Китая и Индии активно изучали вопросы, связанные с искусством убеждения. Известные философы, такие как Протагор, Сократ, Платон и Аристотель, также интересовались проблемами аргументации. По словам А.Алексеева, стремление Аристотеля понять, как правильно строить аргументы и избегать ошибок, сыграло ключевую роль в развитии логики как науки [3;18].

В 1960-х годах интерес к аргументации значительно возрос. Учёные стали уделять больше внимания природе самого феномена аргументации и роли личности в процессе убеждения. Особый

акцент делался на связи аргументации со свободой, доказательством и межличностными отношениями [6;358 с.].

В политической риторике аргументационные тактики играют особую роль. Они позволяют политикам влиять на аудиторию, укреплять доверие, убеждать в правильности своих действий и ослаблять позиции оппонентов. Аргументация в политике сочетает в себе логические и эмоциональные элементы. Политики стремятся найти баланс между рациональными обоснованиями и эмоциональным вовлечением, создавая образы, которые вызывают патриотизм, чувство принадлежности или коллективной ответственности.

Теоретические основы и методы изучения. Современные взгляды на аргументацию помогают лучше понять её суть. Например, Ф. ван Еемерен описывает аргументацию как процесс общения, где с помощью слов и логических доводов мы стараемся убедить другого человека в правильности определённой идеи, опираясь на утверждения, которые подтверждают или опровергают эту идею [7;34 с.].

А.И.Тимофеев считает, что аргументация – это способ рассуждения, при котором выдвигается определённое утверждение (тезис). В процессе доказательства:

- анализируются причины и сам тезис;
- опровергается противоположное мнение (антитезис);
- подтверждается истинность тезиса;
- создаётся убеждение у обеих сторон – автора и оппонента – в правильности тезиса и ошибочности антитезиса;
- объясняется практическая ценность тезиса, что может помочь воплотить в жизнь конкретные действия или программы [5;13 с.].

По мнению А.А.Ивина, аргументация – это предоставление обоснований с целью изменить позицию или убеждения другого человека [2;7 с.].

Аргумент, как ключевое понятие аргументации, – это утверждение, используемое самостоятельно или вместе с другими для подтверждения истинности тезиса. Чтобы тезис считался истинным, аргументы должны содержать правдивую информацию и быть достаточными для доказательства тезиса с помощью корректных логических выводов [1;21 с.].

В политике аргументация используется для обоснования решений, убеждения аудитории в их правильности, а также для дискредитации оппонентов. Политическая аргументация носит стратегический характер, сочетая логические рассуждения и эмоциональные апелляции, что делает её мощным средством влияния. В центре этого процесса находятся классические способы убеждения, описанные Аристотелем: логос, этос и патос. Хотя логика играет важную роль в построении аргументов, этос и патос часто получают большее внимание в политической риторике из-за их мгновенного влияния на восприятие и эмоциональное вовлечение аудитории. В этой статье мы рассматриваем важность этоса и патоса в политической аргументации и их взаимодействие при создании эффективных риторических стратегий.

Результаты исследования и обсуждение. 1. Этос (Обращение к авторитету). Этос связан с авторитетом, репутацией и моральным обликом говорящего. В политике это важный элемент, потому что помогает установить доверие к оратору, повышая вероятность того, что люди примут его аргументы. Аристотель считал этос одним из основных способов убеждения, отмечая, что "людям больше и быстрее верят, если они считают их достойными" (Аристотель, Риторика, 350 до н.э.). Политики стараются создать образ компетентных, честных и моральных лидеров.

Они укрепляют свой этос, подчеркивая свой опыт, квалификацию и достижения. Во время выборов кандидаты часто акцентируют внимание на своём опыте в правительстве или руководящих должностях, чтобы показать свою способность решать сложные вопросы. Это укрепляет доверие, так как люди склонны верить тем, кто имеет соответствующие навыки и опыт.

Кроме опыта, политики обращаются к моральному авторитету, представляя себя защитниками общепринятых ценностей, таких как справедливость, свобода и честность. Подчеркивая эти ценности, они укрепляют свой авторитет и моральную позицию. Это особенно эффективно при обсуждении спорных вопросов, где этическая позиция политика должна совпадать с убеждениями избирателей.

Лидеры также демонстрируют личную честность, последовательность и моральные принципы. Тот, кого считают честным и моральным, скорее вызовет доверие и лояльность. Это может включать упоминания о борьбе с коррупцией или продвижении прозрачности в управлении.

Этос играет ключевую роль в политической аргументации, так как помогает снизить скептицизм аудитории. Если оратора воспринимают как авторитетного и достойного доверия, люди с большей вероятностью примут его аргументы, даже если они касаются сложных или спорных тем. Этот авторитет создаёт основу для других способов убеждения, включая эмоциональные апелляции (патос) и логические рассуждения (логос) [4;50 с.].

2. Патос (обращение к эмоциям). Патос – это использование эмоциональных обращений для убеждения аудитории. В политической риторике патос – мощный инструмент, способный затронуть эмоциональную сторону людей и сделать их более восприимчивыми к посланию оратора. Аристотель утверждал, что "убеждение может быть достигнуто через слушателей, когда речь вызывает их эмоции" (Аристотель, Риторика, 350 до н. э.). Политики часто используют патос, чтобы вызвать чувства страха, надежды, гнева, гордости или сострадания, в зависимости от ситуации и желаемого результата.

Один из эффективных способов повлиять на аудиторию – вызвать сильные эмоции. Например, обращение к страху часто используется для подчеркивания возможных угроз: экономический кризис, проблемы национальной безопасности или экологические катастрофы. Акцентируя внимание на этих опасностях, политики могут мобилизовать общественную поддержку для принятия мер по предотвращению негативных последствий [7;185 с.].

Патос усиливается с помощью риторических приёмов, таких как метафоры, истории и яркие образы. Эти приёмы помогают установить эмоциональную связь между оратором и аудиторией, делая сложные вопросы более понятными и близкими. Например, называя нацию "сердцем свободы" или используя метафору "войны" для описания борьбы с бедностью или коррупцией, можно вызвать чувства патриотизма и срочности [8; 69–196 с.].

Патос также играет ключевую роль в создании разделённых нарративов, часто через идею "мы против них". Представляя себя и своих сторонников как часть добродетельного "мы" и изображая оппонентов как опасных или аморальных "их", политики укрепляют связь с аудиторией и одновременно дискредитируют оппонентов. Этот подход особенно эффективен в условиях разделённого политического климата, где эмоциональные апелляции к единству и страх перед "другими" находят отклик у людей [4;149 с.].

3. Логос (Обращение к логике). Логос фокусируется на логических рассуждениях и включает использование фактов, доказательств и аргументов для убеждения аудитории. В политике логос может включать ссылки на статистику, примеры или объяснение причинно-следственных связей для поддержки определённой политики. Однако, несмотря на важность, логос часто получает меньше внимания в политической риторике, чем этос и патос, поскольку эмоциональные и этические апелляции оказывают более непосредственное влияние на восприятие и принятие решений.

Политики используют логос, обращаясь к статистическим данным для демонстрации реального положения дел. Например, обсуждая экономические вопросы, они могут ссылаться на рост ВВП, уровень безработицы или инфляцию, чтобы обосновать необходимость реформ. Этот вид аргументации особенно силён, когда аудитория ценит рациональные и конкретные данные.

Логос также используется для объяснения того, как одно событие или политика могут повлиять на будущее. Это важно для демонстрации того, что предложения политиков логически вытекают из текущей ситуации и имеют предсказуемые последствия. Например, утверждая, что инвестиции в образование приведут к долгосрочному экономическому росту, политик опирается на данные о положительных результатах подобных мер в других странах.

Чтобы сделать свои аргументы более убедительными, политики часто обращаются к историческим примерам или опыту других стран. Такие примеры помогают показать успешность предлагаемых мер в других контекстах. Например, упоминание о том, что налоговая реформа в другой стране привела к экономическому подъёму, может обосновать необходимость подобных мер у себя.

Заключение. Анализ аргументационных тактик в политическом дискурсе показывает, что этос, патос и логос играют важную роль в убеждении и достижении политических целей. Этос помогает сформировать образ авторитетного и заслуживающего доверия лидера, что важно для восприятия его аргументов. Патос, воздействуя на эмоции, повышает поддержку аудитории, особенно в трудные времена. Логос, опираясь на факты и логику, подтверждает обоснованность политических решений.

Взаимодействие этих трёх тактик делает политическую риторику мощным инструментом влияния на общественное мнение. Этос создаёт базу доверия, патос усиливает эмоциональную связь, а

логос придаёт аргументам весомость и обоснованность. Такой синтез рациональных и эмоциональных методов позволяет политикам не только убеждать людей, но и эффективно влиять на их восприятие, создавая риторические стратегии, работающие на разных уровнях – от эмоционального до рационального.

Список использованной литературы:

(1). Баева О.А. (2000). Ораторское искусство и деловое общение. Учебное пособие, Минск, ООО «Новое знание», с. 21.

(2). Бацевич, Ф.С. 2004. Основы коммуникативной лингвистики. Учебник, Москва, "Академия", с. 7–34.

(3). Белова Е.Н. (2004). Структура и семантика аргументативного дискурса. Автореф. дис. ... канд. филол. наук, 10.02.04. Санкт-Петербург, с. 18.

(4). Ван Дейк, Т.А. (2013). Дискурс и власть: Риторика манипуляции в политическом дискурсе. Москва, Эдиториал УРСС, с. 50, 149.

(5). Герасимов, В.И. (2002). Политический дискурс-анализ. Москва, "Наука". с. 13.

(6). Карнеги, Д. (2000). Учись выступать публично и влиять на широкий круг людей. Москва, "Знание", с. 358.

(7). Лакофф, Дж. (2004). Метафоры, которыми мы живем. Москва, "Наука", с. 185.

(8). Чартерис-Блэк, Дж. (2011). Политическая риторика и метафоры. Москва, "Эксмо", с. 169–196.

Турамуратова Ирода Илхомбаевна (доцент кафедры испанского языка теоретических дисциплин УзГУМЯ, д.ф.филол.н. (PhD); email: iroda1983@gmail.com)

МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ВЕРБАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИЙ «РАДОСТЬ» И «ГРУСТЬ» В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. *В статье рассматриваются эмоции «радость» и «грусть» через призму концептуальной метафоры. Предпринята попытка проанализировать ориентационные метафоры alegría (радость) es (это) arriba (верх)/tristeza (грусть) es (это) abajo (низ) в испанском языке и рассмотреть как они концептуализируются в испанском сознании.*

Ключевые слова: *язык, мышление, культура, когнитивная лингвистика, концептуальная метафора, эмоция, вербализация эмоций.*

Турамуратова Ирода Илхомбаевна (доцент кафедры испанского языка теоретических дисциплин УзГУМЯ, д.ф.филол.н. (PhD); email: iroda1983@gmail.com)

ISPAN TILIDA "XURSANDCHILIK" VA "QAYG'U" HISLARINI VERBALLASHTIRISHDA METAFORANING O'RNI

Annotatsiya. *Maqolada "quvonch" va "qayg'u" hissiyotlari konseptual metafora prizmasi orqali ko'rib chiqiladi. Alegría (quvonch) es (bu) arriba (tepa)/tristeza (qayg'u) es (bu) abajo (past) orientatsion metaforalarini ispan tilida tahlil qilishga va ularning ispan ongida qanday konseptuallashtirilganligini ko'rib chiqishga urinib ko'rildi.*

Kalit so'zlar: *til, tafakkur, madaniyat, kognitiv lingvistika, konseptual metafora, hissiyot, his-tuyg'ularni verballashuv.*

Turamuratova Iroda Ilkhombaevna (Associate professor of Department of Theoretical Sciences of Spanish, PhD; email: iroda1983@gmail.com)

METAPHOR AS A MEANS OF VERBALIZATION OF EMOTIONS "JOY" AND "SADNESS" IN SPANISH

Annotation. *The article examines the emotions of "joy" and "sadness" through the prism of concepttual metaphor. An attempt is made to analyze the orientation metaphors alegría (joy) es (this) arriba (top) / tristeza (sadness) es (this) abajo (bottom) in Spanish and to consider how they are conceptualized in the Spanish consciousness.*

Key words: *language, thinking, culture, cognitive linguistics, conceptual metaphor, emotion, verbalization of emotions.*

Введение. Все мы наделены эмоциями, и мы часто говорим о них, объясняя друг другу, что чувствуем и почему. На протяжении всей истории лишь немногие исследователи в области философии, естествознания или психологии специально интересовались изучением эмоций, в то время как большинство дисциплин считали их чем-то иррациональным, произвольным или просто не актуальным и, следовательно, не способным стать предметом изучения, иначе говоря объектом