

2. Дубровская, Т. В. Судебный дискурс: речевое поведение судьи: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Т. В. Дубровская. – Саратов, 2010. – 39 с.

3. Карасик, В. И. Языковой круг, личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

4. Телия, В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 284 с.

References

1. Vinogradov, V. V. Izbrannye trudy: Leksikologiya i leksikografiya / V. V. Vinogradov; otv. red. i avt. predisl. V. G. Kostomarov. – M. : Nauka, 1977. – 317 p.

2. Dubrovskaya, T. V. Sudebnyi discours: rechevoe povedenie sudii : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.19 / T. V. Dubrovskaya. – Saratov, 2010. – 39 p.

3. Karasik, V. I. Yazykovoi krug, lichnost, kontsepty, diskurs / V. I. Karasik. – Volgograd : Peremena, 2002. – 477 p.

4. Teliya, V. N. Russkaya frazeologiya: Semanticheskiiy, pragmaticheskiiy i lingvokulturologicheskiiy aspekty / V. N. Teliya. – M. : Yazyki russkoi kultury, 1996. – 284 p.

Т. В. Жмакина

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск

АРГУМЕНТАЦИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Резюме. Осознание того, что социальное развитие должно определяться в режиме диалога всех сил, входящих в систему социального взаимодействия, усиливает роль политики в современном обществе и значимость политической коммуникации, представляющей собой уникальный тип коммуникативного процесса, которому присущи

собственные источники информационных контактов, особый тип организации социальных взаимоотношений, специфические функциональные нагрузки в рамках общества, своя морфология, институциональность общения социальных групп и ряд других свойств. Политическая коммуникация выступает своеобразным социально-информационным полем политики, ядром которой является аргументация, направленная на достижение политического консенсуса демократическим способом.

***Ключевые слова:** политическая коммуникация; политический дискурс; аргументация; политическая аргументация.*

T. V. Zhmakina

*Academy of Public Administration under the aegis of the President of the
Republic of Belarus, Minsk*

ARGUMENTATION IN POLITICAL COMMUNICATION

***Abstract.** Awareness of the fact that social development is to be determined through the dialogue of all political forces involved into the system of social cooperation strengthens the role of politics in the contemporary world and raises the significance of political communication that represents a unique type of communication process with its own sources of informing, a distinctive way of organizing social relationships, specific functions it has in society, its own morphology, institutional character of communication of social groups and others. Political communication is a peculiar socio-informative field of politics, the core of which is represented by argumentation aimed at achieving political consensus through democratic means.*

***Keywords:** political communication; political discourse; argumentation; political argumentation.*

Политическая коммуникация, представляющая собой, с одной стороны, процесс информационного воздействия и взаимодействия в сфере политики, направленного на поддержание и развитие контактов и связей между политическими акторами в рамках выполнения ими своих специфических ролей и функций, связанных с проблемами эффективного политического руководства обществом, сбора и обработки информации, необходимой для принятия политических решений и оценки их последствий и т. д., а с другой стороны, являющаяся функциональным компонентом политической системы, который обеспечивает ее целостную устойчивость как образования,

находящегося в непрерывном взаимодействии с изменяющейся социальной средой, признается сегодня одним из важнейших аспектов легитимации власти.

Исследователи выделяют три основных устоявшихся способа коммуникации, без которых политическая жизнь в любом обществе невозможна: общественно-политические институты, средства массовой информации и неформальные контакты. Соответственно, данные способы можно разделить на: 1) коммуникацию, рассматриваемую как структура или система; 2) массовые коммуникации; 3) межличностные, межорганизационные коммуникации.

Поле политической коммуникации формируют подсферы, которые, в зависимости от того, кто и для кого создает тексты, подразделяются на такие разновидности, как аппаратную (служебную, внутреннюю, бюрократическую) политическую коммуникацию («для посвященных»), ориентированную на общение внутри государственных или общественных структур; политическую коммуникацию в публичной политической деятельности, которая является формой осуществления профессиональной и общественной деятельности политических лидеров и активистов, где в качестве адресата выступают самые разнообразные слои населения (предвыборная агитация, парламентские дебаты, официальные выступления руководителей государства и его структур, рассчитанные на массовую аудиторию); политическую коммуникацию, осуществляемую журналистами и при посредстве журналистов, которая рассчитана на массовую аудиторию (интервью, аналитическая статья в газете); и политическую речевую деятельность рядовых граждан, участвующих в митингах, собраниях, демонстрациях (Чудинов, 2009).

Политическая коммуникация по своей сути институциональна. Коммуникативные практики институционального политического контекста направлены на реализацию ряда институциональных задач и конвенционализируются посредством имплицитных и эксплицитных

требований, определяемых институциональным контекстом. Институциональные исходные условия отражают институциональные задачи, на достижение которых направлена политическая коммуникативная практика, и реализуются в контекстуальной последовательности речевых событий, характерных для политической речевой деятельности.

Политическая коммуникация как процесс общения между участниками политической деятельности, в котором участвуют две стороны – адресант (говорящий или пишущий) и адресат (слушающий или читающий), осуществляется посредством языка, использование которого сопряжено с такими основными понятиями и терминами, которые видится необходимым прояснить.

Во-первых, это политический язык, которым является ориентированный на сферу политики вариант национального (русского, английского или иного) языка.

Во-вторых, это политический текст, представляющий объединенную смысловой связью последовательность слов (предложений), основными свойствами которой являются связность и цельность. Интенциональная составляющая, которая характеризует политический текст – это его направленность на оказание воздействия на политическую ситуацию при помощи пропаганды определенных идей, эмоционального воздействия на граждан страны и побуждения их к политическим действиям.

В-третьих, это контекст, который представляет собой фрагмент текста, включающий избранную для анализа единицу (например, слово) и достаточный для определения значения этой единицы в данном тексте. В этом значении иногда используют такие термины как «политический контекст», «ситуативный контекст» и «эстралингвистический контекст», однако представляется, что для обозначения соответствующих понятий лучше использовать термины «политический дискурс» и «политический нарратив».

В-четвертых, это политическая речь, которой является использование общенародного языка в процессе создания политического текста. Специфика политической речи определяется ее содержанием и проблематикой (распределение власти в государстве и в его структурах), функциями (воздействие на политическую картину мира адресата, эмоциональное воздействие на адресата, склонение адресата к тем или иным действиям), идеологической обусловленностью при отборе и употреблении лексики и иных элементов, а также использованием характерных для этого вида деятельности коммуникативных стратегий и тактик.

Термин «дискурс», который является важнейшим понятием для политической коммуникации, в силу разных подходов обозначает и речевую деятельность, и текст, и контекст, и высказывание в его взаимосвязях с коммуникативной ситуацией. Так, по определению Т. А. ван Дейка, дискурс представляет собой «сложное единство языковой формы, значения и действия, которое включает социальный контекст коммуникации, характеризующий ее участников, процессы продуцирования и восприятия речи с учетом фоновых знаний, и соответствует понятию «коммуникативное событие»» (ван Дейк, 1989). По мнению Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова, дискурс – это «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» (Караулов, Петров, 1989). По образному выражению Н. Д. Арутюновой, дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» (Арутюнова, 1998).

Политический процесс, определяющий восприятие текста, предельно многообразен. Следовательно, содержание политического дискурса должно включать все присутствующие в сознании говорящего / пишущего и слушающего / читающего компоненты, способные оказывать влияние на генерирование и восприятие речи. К числу этих компонентов относятся другие тексты, содержание которых непосредственно учитывается автором и адресатом данного текста (т. е. степень и полнота встраивания текста в

политический нарратив – совокупность разножанровых текстов, тематически относящихся к определенному политическому событию), политические взгляды автора и его задачи при создании текста, представление автора об адресате, политическая ситуация, в которой создается и «живет» данный текст.

Политическая коммуникация, направленная на формирование у адресата нужной картины мира, в демократическом обществе невозможна без аргументации, которой отводится ключевая роль в политическом контексте демократии, и которая, с учетом принципов и положений прагматической теории аргументации (van Eemeren, 2004; 2012), направлена на эффективное принятие решений исходя из исходных институциональных условий и дискурсивных механизмов, взаимодействие которых способствует поиску разрешения конфликта мнений по существу вопроса (Zhmakina, 2019).

Аргументативная политическая коммуникация осуществляется на основе лингвоментальной (языковой) картины политического мира, представленной целостной совокупностью образов действительности, которая существует в индивидуальном или коллективном сознании и отражается в коммуникативной деятельности. Языковая картина политического мира представляет собой сложное объединение ментальных единиц (ценностей, которые определяют политическое сознание отдельного человека, социума и нации в целом; стереотипов; сценариев; концептов; концептуальных полей и др.), относящихся к политической сфере коммуникации и политическому дискурсу.

Политические концепты, как единицы сознания (ментальные единицы), представляют собой важнейшие элементы национального политического сознания и образуют политическую концептосферу, в которой концентрируется политическая культура нации. В содержание концепта входят не только понятийные, но и эмоциональные, ценностные, культурно-исторические и образные компоненты.

Аргументативное измерение поля политической коммуникации характеризуется актуализацией четырех его составляющих, которые соответствуют четырем стадиям контекстуализованного аргументативного дискурса: исходной ситуации (стадия конфронтации), исходных положений (стадия открытия дискуссии), средств аргументации (стадия аргументации) и критических высказываний (стадия закрытия дискуссии). Модель критической дискуссии прагма-диалектической теории аргументации является средством определения того, каким образом, с учетом контекстуальных и институциональных требований, обосновывается аргументативное измерение (Жмакина, 2019).

Таким образом, можно констатировать, что процесс аргументирования в политическом контексте представляет собой последовательность высказываний, в ходе развертывания которой протагонист и антагонист попеременно осуществляют речевые шаги с определенной коммуникативно-прагматической интенцией убедить рационального «судью» в истинности какого-либо суждения и заставить его принять это мнение. Взаимодействие коммуникантов в данном случае осуществляется с учетом контекстуальности политической ситуации, в которой создается текст, с учетом целевых установок, политических взглядов и личностных качеств автора, специфики восприятия этого текста различными аудиториями, с учетом той роли, которую этот текст играет в системе политических текстов и в политической жизни страны, ведь бесспорно, что одна и та же идея и даже одни и те же высказывания будут совершенно по-разному восприниматься в тексте газетной статьи журналиста и в официальном заявлении Президента.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание: Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : БРЭ, 1998. – С. 136–137.

2. ван Дейк, Т. А. Структура новостей в прессе / Т. А. ван Дейк // Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – С. 228–267.
3. Жмакина, Т. В. Прагма-диалектическая концепция аргументации как эффективный инструмент анализа и оценки аргументативного политического дискурса / Т. В. Жмакина // Высшая школа. – 2019. – № 2 (130). – С. 43–47.
4. Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Язык. Познание. Коммуникация / ван Дейк Т. А. – М., 1989. – С. 5–11.
5. Чудинов, А. П. Современная политическая коммуникация : учебное пособие / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2009. – 292 с.
6. van Eemeren, F. H. A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach / F. H. van Eemeren, R. Grootendorst. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 213 p.
7. van Eemeren, F. H. The Pragma-Dialectical Theory Under Discussion / Frans H. van Eemeren // Argumentation. – 2012. – Vol. 26. – P. 439–457.
8. Zhmakina, T. V. Argumentation in pre-election debates / T. V. Zhmakina // Global Science and Innovations 2019: Central Asia. – 2019. – Vol. 2. – P. 261–264.

References

1. Arutyunova, N. D. Diskurs / N. D. Arutyunova // Yazykoznanie: Bol'shoj enciklopedicheskij slovar' / gl. red. V. N. YArceva. – 2-e izd. – М. : BRE, 1998. – S. 136–137.
2. van Dejk, T. A. Struktura novostej v presse / T. A. van Dejk // Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya. – М., 1989. – S. 228–267.
3. Zhmakina, T. V. Pragma-dialekticheskaya koncepciya argumentacii kak effektivnyj instrument analiza i ocenki argumentativnogo politicheskogo diskursa / T. V. Zhmakina // Vyshejshaya shkola. – 2019. – № 2 (130). – S. 43–47.
4. Karaulov, Y. N. Ot grammatiki teksta k kognitivnoj teorii diskursa / Y. N. Karaulov, V. V. Petrov // Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya / van Dejk T. A. – М., 1989. – S. 5–11.
5. Chudinov, A. P. Sovremennaya politicheskaya kommunikaciya : uchebnoe posobie / A. P. Chudinov. – Ekaterinburg : Ural. gos. ped. un-t, 2009 – 292 s.

6. van Eemeren, F. H. A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach / F. H. van Eemeren, R. Grootendorst. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004 – 213 p.

7. van Eemeren, F. H. The Pragma-Dialectical Theory Under Discussion / Frans H. van Eemeren // Argumentation. – 2012. – Vol. 26 – P. 439–457.

8. Zhmakina, T. V. Argumentation in pre-election debates / T. V. Zhmakina // Global Science and Innovations 2019: Central Asia. – 2019. – Vol. 2. – P. 261–264.

Г. В. Зимовец

Институт языковедения им. А. А. Потебни НАН Украины, Киев

РИТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРАГМОНИМОВ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

***Резюме.** Целью данной статьи является рассмотрение роли риторики в коммерческой номинации. Актуальность исследования определяется интересом к изучению языкового воздействия в персуазивном типе дискурса. Материалом исследования послужили наименования банковских продуктов в Германии, Польше и Украине, в частности в сопоставительном аспекте были проанализированы мотиваторы рассматриваемых единиц и выявлено их соответствие типам риторических аргументов. Как показало исследование, наибольшей ориентацией на пафосную аргументацию отличается украинская лингвокультура, в меньшей степени – польская, и она мало характерна для Германии.*

***Ключевые слова:** прагмоним, риторика, персуазивность, логос, пафос.*

G. V. Zymovets

*O. O. Potebnya Institute of Linguistics of the National Academy
of Sciences of Ukraine, Kiev*

RHETORIC POTENTIAL OF BANK PRODUCTS NAMES

***Abstract.** The article focuses on role that rhetoric plays in commercial nomination. Significance of research is determined by an interest to establishing of verbal impact in the persuasive discourse. The analysis is based on bank products names in Ukraine, Poland, and*