

**ПРАГМАТИКА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА:
КОММУНИКАТИВНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ
КОНСТРУИРОВАНИЯ ЖЕЛАЕМОГО ОБРАЗА**

Аннотация

Политический дискурс состоит из устных и письменных речевых актов, Прагматический компонент речевого акта имеет целью воздействовать на восприятие целевой аудитории в желаемом направлении. Коммуникативно-лингвистическое конструирование обеспечивает достижение данной цели, используя следующий лингвистический инструментарий:

коммуникативное конструирование реализуется путём варьирования частотности предъявления конкретных слов и связанных с ними смыслов в тексте; наиболее частотные слова создают главных акторов текста – смысловые экспликации;

композиционно-контекстное конструирование включает смысловые экспликации в структурные элементы текста: заголовок, вступление, аргументация, заключение, - и погружает их в контекст, формирующий положительное, отрицательное или нейтральное отношение к ним;

перцептивное конструирование использует явный и скрытый функционал контекстного окружения экспликаций текста для акцентуации смысловых оттенков, важных для формирования желаемой картины мира.

Ключевые слова: политический дискурс, прагматика, речевая коммуникация, лингвистика текста.

Политический дискурс является объектом многочисленных исследований. Изучаются “вербальные средства, которые «корректируют» имеющийся у получателя сообщения фрейм того или иного события сообразно прагматическим намерениям редакции” СМИ [Заронченцева, Новиков 2017: 232]. Исследуются возможности дискурсивного и когнитивного анализа для выявления когнитивных моделей, обеспечивающих необходимый вектор восприятия политической

коммуникации [Детинко 2017]. Предметом исследования становятся языковые основы прагматического измерения политического текста вне связи с его субъективным восприятием [Климович 2018]

Политический дискурс представляет собой постоянно пополняемое множество отдельных устных и письменных речевых произведений различной функционально-стилистической направленности, генерируемых политико-идеологической деятельностью общества. Каждое подобное речевое произведение содержит в себе онтологические свойства, которые характеризуют политический дискурс в целом. К числу таких сущностных свойств относится модальность как оценочная актуализация содержания текста относительно действительности, при этом персуазивная (воздействие текста на реципиента с целью убеждения в истинности излагаемого в тексте мнения) и суггестивная (формирование у реципиента заданного эмоционального образа) модальности являются приоритетными.

Политический дискурс оперирует следующим инструментарием для конструирования желаемого образа и убеждения реципиента в его истинности.

Коммуникативное конструирование реализуется путём варьирования частотности предъявления конкретных слов и связанных с ними смыслов в тексте; наиболее частотные слова создают главных акторов текста – смысловые экспликации.

Композиционно-контекстное конструирование включает смысловые экспликации в структурные элементы текста: название статьи, вступление, аргументация, заключение, - и погружает их в контекст, формирующий положительное, отрицательное или нейтральное отношение к ним.

Перцептивное конструирование использует явный и скрытый функционал контекстного окружения экспликаций текста для акцентуации смысловых оттенков, важных для формирования субъективной картины мира.

В статье использован иллюстративный материал (статья *Does China play fair?*, опубликованная в журнале *The Economist* 23 сентября 2017 г) из процитированной выше работы автора.

Прагматический центр исследуемого текста представлен существительным *China*, соединённым с абсолютно позитивным по своей оценочной модальности прилагательным *fair* в названии статьи, имеющей форму общего вопроса.

Восприятие лексем детерминируется частотностью их появления в тексте (коммуникативное конструирование) и оценочным контекстом, в который они погружены в тексте (композиционно-контекстное конструирование).

Лексема *China* имеет наивысший показатель частотности, равный 52. Средняя частота употребления лексемы *China* в абзаце текста равна 4,7. Таким образом, данная лексема вместе с местоимениями, её замещающими, представляет собой смысловой фокус статьи.

Анализ контекстного окружения лексемы *China* показывает следующее. В четырёх абзацах лексема *China* находится в отрицательном смысловом пространстве: *абзацы 1 и 3*: threaten, inspire awe, does not play fair; *абзац 5*: illegality, blatant theft, hacking into, crimes (в конце абзаца отрицательные смыслы нейтрализуются заявлением о сокращении преступлений против интеллектуальной собственности в Китае); *абзац 7*: sharp practices, restricts access to lucrative sectors, finances assaults on those same industries abroad, such behavior is dangerous.

В двух абзацах лексема *China* окружена положительными смыслами. *Абзац 2* настроен позитивно к индустриализации Китая. *Абзац 4* хвалит инновационную деятельность Китая (home-grown innovation is flourishing; the innovators are mainly private), но одновременно обвиняет Китай в кибер-воровстве (its cyber-spies steal secrets)

Абзац 6 нейтрален в отношении Китая, но в конце абзаца сквозит страх перед растущей экономической мощью этой страны (some of your fiercest rivals will be Chinese).

В заключительной части абзацы 8 и 9 нейтральны по отношению к Китаю: blatant illegality is the most straightforward; governments must prosecute and seek redress, whether through the courts or the WTO (*абзац 8*); the best response to intense competition is to welcome it (*абзац 9*).

Второй компонент смыслового фокуса текста – лексема *fair*, включённая в название статьи вместе с лексемой *China*. Рассмотрим, как текст оперирует оценочным функционалом контекстного окружения лексемы *fair* для конструирования желаемого образа.

Суггестивная нейтрализация. Название это первый элемент текста, с которым встречается реципиент и который начинает формировать его отношение к тексту. Название данной статьи представлено в виде общего вопроса. Коммуниканты задают

общий вопрос, когда они или не обладают знаниями о чём-то или сомневаются в чём-то. Такая природа общего вопроса превращает название статьи в импликацию, цель которой убедить читателя, что Китай не может играть честно (персуазивная модальность) и одновременно вызвать сомнения в том, что Китаю можно доверять (суггестивная модальность).

Коммуникативная элиминация. Лексема *fair* в тексте употреблена всего 2 раза, в то время как лексема *China* – 52 раза.

Семанτικο-смысловое замалчивание Лексема *fair* находится в тексте в одиночестве. В тексте отсутствуют слова, которые усиливают и расширяют концепт *справедливость*.

Контекстная негативизация. *Fair* в тексте встречается 2 раза, причём второй раз в негативном контексте: *the world will be dominated by an economy that does not play fair.*

Антонимическая негативизация. Данная функция реализуется путём замены лексемы *fair* её антонимом *unfair*, который встречается в статье трижды.

Стилистическая ослабление. Текст не хочет погружать лексему *China* в позитивное смысловое поле. В предложении “*The hardest category is competition that is unfair, but not illegal*”(абзац 10) выделенный предикат ‘несправедливый, но не незаконный’ фактически имеет значение “несправедливый, но законный”. Однако текст избегает употребления слова *legal* рядом со словом *China*.

Завершают конструирование желаемого образа две лексемы, соединенные с лексемой *China: responsibility* и *custodian* (абзац 11). Хотя в 19 веке Германия и Америка накопили богатства, используя протекционистские меры (*subsidies and tariffs*), а Британия и Япония нещадно эксплуатировали Китай (*Britain and Japan were bullies*), Китай должен признать, что он получил огромные выгоды от современной глобальной торгово-экономической среды и несёт ответственность *responsibility* за её сохранение и является одним из её опекунов *custodians*. Иными словами, он обязан конкурировать исключительно в поле законности и справедливости. Но в статье нет ни слова об аналогичной обязанности для стран-конкурентов Китая.

Изучение политического дискурса на примере его отдельных произведений позволяет лучше понять сущностные функции политического дискурса в целом и выявить инструментарий их реализации. Знание онтологии политического дискурса

является важной частью лингвистической культуры специалиста в области международных отношений.

Список литературы:

1. Детинко Ю.И. Когнитивные модели как основа дискурсивного конструирования чужеродности в политической коммуникации // Магия ИННО: новые измерения в лингвистике и лингводидактике: сб. науч. трудов: в 2 т. Т. 1 / отв. ред. Д. Н. Новиков. М.: МГИМО-Университет, 2017. С. 205-210.
2. Зароченцева А.С., Новиков Д.Н. Лингвокогнитивные и прагматические аспекты моделирования событий типа “международный конфликт” (на примере освещения освобождения городов Мосул и Алеппо в 2016 году) в “Экономист” // Магия ИННО: новые измерения в лингвистике и лингводидактике: сб. науч. трудов: в 2 т. Т. 1 / отв. ред. Д.Н.Новиков. М.: МГИМО-Университет, 2017. С. 225-231.
3. Климович Н.И. Восприятие политического дискурса: коммуникативно-прагматическое измерение // Филологические науки в МГИМО: Журнал. № 3 (15) / гл. ред. В.А. Иовенко. М.:МГИМО-Университет, 2018. С. 14-24.

Сведения об авторе:

Климович Николай Иванович, к. филол. н., доцент, МГИМО МИД России, Москва, Россия; email: n.klimovich@inno.mgimo.ru

PRAGMATICS OF POLITICAL DISCOURSE: COMMUNICATIVE LINGUISTIC TOOLS FOR CONSTRUCTING THE TARGET IMAGE.

Nikolay I. Klimovich

Candidate of Philology, Associate Professor, MGIMO under the MFA of Russia, Moscow, Russia; email: n.klimovich@inno.mgimo.ru

Abstract

Political discourse consists of speech acts. Their pragmatic component is aimed at molding the perception of the audience in the desired direction. Communicative linguistic designing ensures the achievement of this goal through the following linguistic tools:

communicative designing is implemented by varying the frequency of the specific words and related meanings in the text; the most frequently used words create the main actors of the text - semantic explicatures;

contextual designing places semantic explicatures in the context that forms a positive, negative or neutral attitude towards them;

perceptual designing uses explicit and implicit functionality of the explicature contextual milieu to accentuate semantic shades that are important for shaping a desired picture of the world.

Keywords: political discourse, pragmatics, speech communication, text linguistics

References:

1. Detinko Ju.I. (2017) Kognitivnye modeli kak osnova diskursivnogo konstruirovaniya chuzherodnosti v politicheskoy kommunikacii [Cognitive models as the basis for discursive constructing the otherness in political communication]. *Magija INNO: novye izmerenija v lingvistike i lingvodidaktike* [The Magic of Innovation: New Dimensions in Linguistics and Foreign Language Teaching]: Collection of research papers. In 2 volumes. V. 1. Moscow: MGIMO-University, pp. 205-210.
2. Zarochenceva A.S., Novikov D.N. (2017) Lingvokognitivnye i pragmaticheskie as-pekty modelirovaniya sobytij tipa “mezhdunarodnyj konflikt” (na primere osve-shhenija osvobozhdenija gorodov Mosul i Aleppo v 2016 godu) v “Jekonomist” [A cognitive-pragmatic description of ‘international conflict’ event modelling – a case study of the 2016-2017 Mosul and Aleppo liberation operations as depicted by The Economist]. *Magija INNO: novye izmerenija v lingvistike i lingvodidaktike* [The Magic of Innovation: New Dimensions in Linguistics and Foreign Language Teaching]: Collection of research papers. In 2 volumes. V. 1. Moscow: MGIMO-University, pp. 225-231.
3. Klimovich N.I. (2018) Vospriiatie politicheskogo diskursa: kommunikativno-pragmaticheskoe izmerenie [Perception of political discourse: communicative-pragmatic dimension]. *Filologicheskie nauki v MGIMO* [Philological Sciences in MGIMO]: Journal. № 3 (15). Moscow: MGIMO-University, pp. 14-24.