

*Т.В. Жмакина, старший преподаватель  
АУнПРБ (Минск)*

## **ПОЛИТИЧЕСКАЯ АРГУМЕНТАЦИЯ В СФЕРЕ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ**

Концепт «публичная политика» (англ. «public policy») весьма неоднозначен. Публичная политика – не просто «общественная».

Так, в англоязычном термине «public policy» слово «public» указывает не только на общественный характер деятельности, но и на ее публичность и открытость. В английском языке есть четкое различие между «policy», как выработки и реализации программ решения проблем общества, и «politics», как «институционализированной структуры управления» [1, р. 1].

В концепте публичной политики выделяют два измерения: во-первых, это вектор «личность – общество – государство», и во-вторых, вектор «тайное (скрытое) – открытое» или собственно публичность [2]. То есть публичная политика предполагает «участие граждан в выработке и реализации политических решений, а также институционализацию этого участия» [3, с. 11]. К критериям полноценной публичной политики относят «нацеленность на решение проблем граждан, прозрачность процедур этих решений и взаимное доверие власти и граждан» [3, с. 11].

В научной литературе публичную политику определяют как «процесс подготовки, обсуждения, принятия, реализации властных решений, направленных на решение проблем общества, в котором наряду с органами власти принимают участие также иные акторы, включая общественные, неправительственные организации, бизнес (в том числе бизнес-ассоциации), СМИ, академическое сообщество, экспертов и отдельных граждан [3, с. 11; 4; 5; 6].

Данный процесс является работой с общественным мнением и носит коммуникативный характер, представляющий собой не просто процесс информационного обмена, а процесс и результат обоснования, доказательства, объяснения, то есть аргументативного взаимодействия.

Ведущий американский специалист по речевому воздействию в области политической коммуникации Д. Зарефски связывает политику с аргументацией и определяет первую как «особый контекст, в котором существует аргументация ... и функционирование которого определяется присущими ему нормами и конвенциями» [1, р. 1].

Особое внимание Д. Зарефски уделяет «аргументативному употреблению терминологических дефиниций, фреймингу, смене фрейминга, аргументативным схемам, аргументативному выбору организационных и стилистических средств» [1, р. 3].

В политической аргументации важную роль играют «топический потенциал темы, учет ожиданий аудитории, точность, метафоричность, стилистические и структурные характеристики речи» [7, р. 322].

Для политической аргументации характерно стратегическое маневрирование, ориентированное на установление баланса между эффективностью (риторическим аспектом аргументации) и разумностью (диалектическим аспектом аргументации) критической дискуссии и реализуемое посредством определенных аргументативных шагов и с учетом таких параметров, как «возможный результат маневрирования, способ достижения результата, институциональные ограничения и приверженность позиции» [8, р. 385–386].

Видами стратегического маневрирования являются «смена темы, переключение целевой аудитории, рефрейминг, применение конденсирующих символов, тропов и фигур речи» [9, р. 92–96]. В политической аргументации к конденсирующим символам относят вербальные и невербальные знаки, которые являются приемлемыми для сторонников разных политических взглядов, выступая объединяющим их фактором, как, например, национальный флаг. Рефрейминг является «дискурсивным средством реализации техники умаления авторитета посредством изменения содержания, основанного на переоценении и наполнении новым содержанием высказываний оппонентов» [10, с. 92].

Публичная политика высоко символична и ее успех предопределяется тем, насколько эти символы находят отклик в массовом сознании и соответствуют мнениям и оценкам адресатов политической аргументации.

Участники публичной политики, выстраивая линию защиты своей точки зрения и стремясь учесть ожидания аудитории и привлечь ее на свою сторону, далеко не всегда прибегают к использованию логических аргументов. Обосновывая приемлемость своей политической позиции, политик может применять эмоциональное воздействие, апеллировать к чувству долга или манипулировать моральными установками. Успех использования тактик манипуляции и суггестии зависит от имеющихся у аудитории установок относительно субъекта речевого высказывания, контента речевого высказывания и референтного объекта. Завоевание выгодных позиций на основе установок аудитории, характеризующих степень доверия или симпатии к аргументатору, зависит от ораторских способностей и аргументативных компетенций говорящего и от предрасположенности аудитории к безусловной доверчивости или подозрительности. Достигнуть нужной аргументатору трансформации установок аудитории возможно посредством создания у нее ощущения самостоятельного и непринудительного приятия альтернативной точки зрения, соучастия, релевантности, достоверности и удовлетворенности [11].

Для публичной политики характерны доминирование риторической политической аргументации с упором на патос и этос в ущерб логосу [12]; высокая степень пропаганды, агитации, идеологизации, обобщения и абстрактности; избыточная критичность; чрезмерное увлечение лозунгами и клятвами; стремление к абсолютизации истины; театрализованность и др. Все это свидетельствует о присущей публичной политике полемичности, которая посредством использования стилистически заряженных лексических единиц направлена на дискредитацию и формирование антипатии к политическим оппонентам и навязывание нужных установок, идеалов и оценок.

Важной риторической манипуляционной стратегией является насыщение речи экспрессивностью, эмоциональностью и образностью, что достигается посредством использования тропов и стилистических фигур.

В публичной политике выбор средств политической аргументации определяется, главным образом, их прагматической направленностью на реализацию целей убеждения и создание положительного имиджа.

Характерным для публичной политики является и использование уловок и софизмов.

Уловка, представляющая собой тактический прием, хитрость, лесть оппоненту / аудитории, не является прямым обманом. Софизмы же – это намеренные ошибки в доказательстве, указание на противоречие между словами и поступками человека, подмена пункта разногласия, перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда и т. п. Аргументатор не говорит по существу дела, а обсуждает личность, намерения политического оппонента, оценивает его поступки и доводы, другими словами осуществляет атаку на оппонента, которая реализуется посредством аргумента *ad personam* («переход на личности»), навешивания ярлыков (инсинуации), лести оппоненту, желанием вывести оппонента из себя с тем, чтобы представить его в невыгодном свете, нейтрализовать позиции оппонента и дискредитировать его личностные качества. Средством компрометации и устранения оппонента и выводом его из игры, является, как правило, аргументация к человеку (*ad hominem*), заявление об ошибочности и несостоятельности его взглядов.

К отличительной черте публичной политики можно отнести склонность к неверифицируемости суждений, основанной на намеренном апеллировании к эмоциям аудитории, а не к разуму, и частотном использовании аргументов к традициям, общепринятым и неоспоримым авторитетам, национально-культурным ценностям, историческим примерам и аналогиям.

Публичная политика осуществляется посредством коммуникации (политической). Политическая коммуникация характеризуется целевой направленностью информирования и использованием политической

аргументации, без которых движение политического процесса затруднено. Она является формой реализации общественно-профессиональной деятельности политических акторов, где в качестве адресата выступают самые разные слои населения. Эффективность данной деятельности соотнобразовывается с использованием политической аргументации, направленной на убеждение и активизацию социальных групп или общества в целом на достижение определенных целей.

### Список источников

1. Zarefsky, D. Political argumentation in the United States: Historical and contemporary studies. Selected essays by David Zarefsky / D. Zarefsky. – Amsterdam : John Benjamins, 2014. – 386 p.
2. Никовская, Л. И. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором / Л. И. Никовская, В. Н. Якимец // Полития. – 2007. – № 1. – С. 30–51.
3. Публичная политика. Публичная коммуникация и символическая политика. – 2019. – Т. 3, № 1. – 218 с.
4. Беляева, Н. Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория / Н. Ю. Беляева // Публичная политика-2005 / Н. Ю. Беляева. – Санкт-Петербург : Норма, 2006. – С. 14–20.
5. Беляева, Н. Ю. Развитие концепта публичной политики: внимание «движущим силам» и управляющим субъектам / Н. Ю. Беляева // Полис. – 2011. – № 3. – С. 72–87.
6. Тульчинский, Г. Л. Политические трансформации в России и современная политическая наука / Г. Л. Тульчинский // Неприкосновенный запас. – 2014. – № 98 (6). – С. 95–112.
7. Zarefsky, D. Strategic maneuvering in political argumentation / D. Zarefsky // Argumentation. – 2008. – № 22. – P. 317–330.
8. Van Eemeren, F. H. Strategic maneuvering: a synthetic recapitulation / F. H. van Eemeren, P. Houtlosser // Argumentation. – 2006. – Vol. 20. – P. 381–392.
9. Zarefsky, D. Rhetorical perspectives on argumentation / D. Zarefsky. – New York : Springer, 2014. – 265 p.
10. Детинко, Ю. И. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа : моногр. / Ю. И. Детинко, Л. В. Куликова. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. – 168 с.
11. Жмакина, Т. В. Аргументация в политическом контексте демократии / Т. В. Жмакина // Науч. тр. Респ. ин-та высш. шк. Филос.-гуманитар. науки : сб. науч. ст. – 2019. – Вып. 18. – С. 80–86.

12. Жмакина, Т. В. Риторическая аргументация в политическом дискурсе / Т. В. Жмакина // Науч. тр. Респ. ин-та высш. шк. Филос.-гуманитар. науки : сб. науч. ст. – 2020. – Вып. 19. – С. 89–95.

*Е.С. Карасева, студентка магистратуры  
Научный руководитель – Т.А. Дьякова, доктор культурологии, доцент  
ВГУ (Воронеж)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ**

Информационная война является реальностью современного мира. То, что театр боевых действий перешел в информационное пространство – свершившийся факт, не требующий никаких подтверждений. У нового вида войны есть две особенности. Первая особенность: она ведется в информационном пространстве – продукте человеческого разума, в отличие от всех остальных видов войн, где поле боевых действий имело вполне конкретные географические координаты. Вторая особенность информационной войны заключается в том, что ее основным орудием является информация, а господство в информационном пространстве является определяющим.

Технический прогресс создал удивительные возможности для подавления противника, не требующие человеческих жертв и физических разрушений, но способные переманить его на свою сторону. Как известно, идеи, овладевшие массами, становятся материальной силой, а потому именно от обработки общественного мнения, от внедрения в него различных идей, понятий, ценностей зависит то, какие идеи будут господствовать в сознании людей.

Официальным днем рождения информационных войн считается 18 августа 1948 г. Именно в этот день Советом безопасности США была утверждена Директива 20/1 «Цели США в отношении России», в которой в качестве одной из составных частей развязываемой холодной войны была указана информационная война, ее цели и задачи. В более поздних исследованиях отмечается, что холодная война стала «первой в истории человечества глобальной и всеобъемлющей войны нового типа» [1, с. 445], а главными средствами ведения этой войны являлись средства идеологии, агитации и пропаганды, а также психологического воздействия.

Главная цель организационно-информационной агрессии – качественное изменение традиционной культурной и духовной жизни, нарушение преемственности национальных идеалов и ценностей, демонтаж исторической памяти [3, с. 55]. Стоит отметить, что в случае если информационное давление осуществляется систематично и непрерывно, то, в конечном счете, народ