

семьи, смещая ориентиры от традиционного гендерного уклада к современной, эгалитарной модели семьи.

Литература

1. *Винокурова Н. А.* Женщины и мужчины в науке: двойной портрет // Социс. 1999. № 4. с. 82–86.
2. *Лыткина Т. С.* Домашний труд и гендерное разделение власти в семье // Социс. 2004. № 9. с.85–90.
3. По результатам социологических исследований/ www.gender.by
4. *Пфау-Эффингер Б.* Опыт кросс-национального анализа гендерного уклада // Социс. 2000. № 9. с. 24–35.
5. *Скутнева С. В.* Гендерные аспекты самоопределения молодежи // Социс. 2003. № 11. с. 73–78.
6. *Силласте Г. Г.* Гендерная социология: состояние, противоречия, перспективы// Социс. 2004. № 9. с.77–84.
7. *Титаренко Л. Г.* Гендерная социология: Учеб.-метод. комплекс. Мн.: БГУ, 2033. 154 с.
8. *Титаренко Л. Г.* Ценностный мир современного белорусского общества: гендерный аспект. Мн.: БГУ, 2004. 205 с.

АРГУМЕНТАЦИЯ КАК СТРУКТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ РИТОРИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

О. Г. Слизанова

В современном пространстве коммуникации осуществляется поиск эффективных стратегий трансляции информации от адресанта к адресату воздействия. Информация, организованная с учетом возможностей ее восприятия, включает в себя план риторики как «искусства находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета» [1, с. 32]. Информация оказывается включенной в риторические средства воздействия, представляющие собой в совокупности формальную и неформальную (риторическую) аргументацию.

Подобная дифференциация видов аргументации необходима для целостного представления о данном феномене, поскольку позволяет учитывать как ее предметно-объективную сторону – логико-методологический аспект, представленный в совокупности доводов, приводимых в пользу какого-либо утверждения, так и субъективную, которая конституируется взаимосвязью двух аспектов – тактического и контекстного. В понятие тактического вкладывается способ достижения какой-либо задачи в рамках общей цели; контекстный аспект предполагает учет конкретных ситуативных особенностей аргументативного процесса и зависимости от коммуникативной компетентности адресата. Контекстный

аспект отражает процессуальность аргументативного дискурса, особенности использования аргументации в процессе повседневной и специальной (научной, политической, религиозной) коммуникации. Тактический аспект дает возможность описать аргументативную стратегию в терминах целенаправленности и целедостижения. Аргументация предполагает выбор оптимальных средств для достижения целей. Контекстный аспект отражает зависимость аргументации от контекста ее репрезентации. Адресант выстраивает аргументацию в зависимости от ситуации, особенностей ментальных характеристик адресата воздействия. Аргументация всегда "приспособлена" к текущей ситуации взаимодействия, и зависит от коммуникативной компетентности и возможных реакций адресата. Целенаправленность аргументации и ее зависимость от контекста позволяют сделать утверждение о гибкости аргументативных стратегий в структуре риторической коммуникации. Невозможность с точностью предсказать дальнейшее развитие коммуникативной ситуации требует от адресанта постоянно оптимизировать и трансформировать конкретные тактики достижения цели воздействия.

В этой связи актуальными оказываются эпистемическая, риторическая и диалектическая теории аргументации, в которых постулируется различие логической аргументации как системы доказательства, и неформальной аргументации как деятельности антропоморфного, коммуникативного процесса, разворачивающегося в сфере «между». Фиксируется социальный характер аргументации (Х. Перельман), что предполагает выход за пределы формализованных схем доказательств с целью убеждения аудитории (адресанта) в правомерности и истинности тезисов адресата. Такая аргументация представляет собой сложный текст, в котором присутствуют элементы «согласия», когда оратор исходит из посылок, безусловно одобряемых и принятых абсолютным большинством аудитории, и собственно аргументации оратора, адресованной самой различным группам слушателей [3]. Х. Перельман подчеркивает, что аргументация должна опираться не только на формальную, но и на неформальную логику, которая в отличие от формальной демонстративной логики интересуется, прежде всего, тем, насколько аргументы являются сильными, подходящими и убедительными.

Анализ аргументации как социального и коммуникативного процесса осуществляли также представители диалектического направления. Ф. Х. ван Еемерен и Р. Гротендорст. Исследователи строят свое определение аргументации, исходя из следующих положений: 1) аргументация является социальной деятельностью; 2) аргументация является интеллектуальной деятельностью; 3) аргументация является вербальной деятель-

ностью; 4) аргументация относится к вопросу мнения; 5) целью аргументации является оправдание или опровержение мнения. 6) аргументация состоит из набора утверждений; 7) аргументация направлена на получение одобрения от аудитории. На основе предложенных утверждений, исследователи предлагают следующее определение аргументации: «Аргументация является социальной, интеллектуальной, вербальной деятельностью, служащей тому, чтобы оправдать или опровергнуть мнение, состоящей из набора утверждений и направленной на получение одобрения от аудитории» [4, с. 7]. Можно согласиться с определением, представляющим аргументацию как коммуникативный процесс, особенности которого зависят от конкретной ситуации риторического воздействия.

Анализ современных подходов к исследованию аргументации позволяет нам утверждать, что она представляет собой более сложный способ убеждения, чем простое формализованное или механизированное доказательство. Аргументация в структуре риторической коммуникации основывается на неформальных рассуждениях и обычном, естественном языке. Необходимо отметить, что формально-логическое доказательство и неформальная аргументация не противоречат друг другу, но взаимодополняют друг друга, что позволяет уделять внимание разным сторонам аргументационного процесса.

Неформальная, или риторическая, аргументация, как элемент в структуре риторической коммуникации, выполняет следующие три функции: 1) конвинктивную (*convince* – убеждать, уверять, доводить до сознания); 2) персуазивную (*persuade* – склонить, уговорить совершить какое-либо действие); 3) суггестивную (*suggest* – внушать, подсказывать, наводить на мысль). Конвинктивная функция реализуется на когнитивном уровне как перестройка когнитивных структур, изменение картины мира, формирование мнений. Персуазивная функция реализуется на поведенческом уровне как побуждение к совершению тех или иных действий, поступков или поведения. Суггестивная функция состоит в формировании общего эмоционального фона, мироощущения адресата. Пристрастность в отражении реальности определяет как избирательность в восприятии информации (когнитивный уровень), так и возможные формы поведения адресата, направленность в принятии решения (поведенческий уровень).

Выделяя конвинктивную, персуазивную и суггестивную функции аргументации, мы опираемся на учение Аристотеля, предложившего систему различных способов убеждения. Систему убеждения, согласно Аристотелю, составляют убеждение посредством апелляции к разуму, последовательность доводов, построенных по законам логики (*logos*);

убеждение посредством апелляции к ценностным предпочтениям (ethos) и эмоциональное воздействие на слушателей (pathos). Если конвинктивная и персуазивная функции реализуются посредством обращения к логосу и этосу, то суггестивная функция – функция эмоционального воздействия, или патоса (пафоса).

Логос как стратегия убеждения отражает рациональную сторону аргументации. Логос включает в себя следующие элементы: 1) логический анализ отношения между тезисом и доводами, приводимыми в поддержку тезиса; 2) рациональный анализ и оценку данных, с помощью которых подтверждается и обосновывается тезис. Рациональные средства воздействия с помощью доводов разума и логики подкрепляются соответствующими фактами, данными опыта и практики.

Проблема ценностных аспектов аргументации наиболее полно разрабатывается в рамках эпистемического и риторического подходов. Эпистемический подход С. Тулмина дает возможность анализировать аргументацию с точки зрения ее конкретности и ситуативности. С. Тулмин, оценивая аргументацию с точки зрения доказательности и обоснованности, включает в нее, тем не менее, практические, прагматические элементы. В структуре аргументации он выделяет шесть компонентов - утверждение или вывод (claim), который требуется обосновать, факты (информация) или информационное основание (grounds), являющиеся обоснованием утверждения, легитимирующее основание (warrant), которое обосновывает переход от информационного основания к утверждению [5, с. 56–59]. Ценностный аспект аргументативного дискурса, согласно предложенной схеме, заключен в легитимирующем основании, которое представляет собой общее гипотетическое высказывание, связанное с практическими стандартами или нормами аргументации. Это основание напрямую зависимо от контекста, конкретной ситуации осуществления процесса аргументации, представляя собой субъективную сторону аргументативного дискурса. Именно при наличии warrant оказывается возможным достижение понимания между участниками коммуникации. Данное понятие аналогично предложенному У. Эко понятию кода как опосредующего звена между адресатом и адресантом. При правильной декодировке оно аргументативной процесс можно считать состоявшимся. Условием для правильного декодирования выступает принадлежность участников коммуникации к одной культуре.

Таким образом, предложенный анализ аргументации как структурного элемента риторической коммуникации позволяет сделать вывод о том, что в современном логическом дискурсе важное значение имеют не

только непротиворечивые системы дедуктивного доказательства, но социальная обусловленность аргументативного процесса.

Литература

1. *Аристотель*. Риторика // Античные риторики. М., 1978.
2. *Т. А. ван Дейк*. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
3. Perelman Ch. Formal logic and informal logic // From Methaphysics to Rhetorics. Dordrecht, 1989.
4. *Eemeren F. H., Grootendorst R., Kruiger T.* Handbook of argumentation theory. Dordrecht etc., 1987.
5. Toulmin St. The Uses of Argument. Cambridge, 1958.

ПРОБЛЕМА ВЛАСТИ И ЕЕ ЛЕГИТИМНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ФИЛОСОФСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ

Е. Н. Ходас

В статье освещены основные подходы современной философии в обосновании и трактовке проблемы легитимности власти, рассмотрены формы и способы функционирования механизмов процедуры легитимации.

М. Фуко в одном из своих интервью (в Японии), разъясняя наиболее общие мотивы своей исследовательской деятельности, сказал: «...подлинную трудность для меня представляло решение вопроса, который, впрочем, нынче является вопросом для всего мира, а именно вопроса о власти» [8, с. 280]. Трактовки власти всегда были различны, а разъяснения власти в неклассических концепциях (особенно в 50–60-е гг.) явились закономерным ответом на падение и раскрытие сути фашистского режима, сталинской диктатуры. Исследователи, представляя свое видение власти, могли лишь нащупывать очертания проблемы власти и реагировать на нее, исходя из своей методологической установки, направленности. Но именно в этом и состоит суть вопроса исследования феномена власти. Как мне кажется, более близким в т.н. «нащупывании» проблемы феномена власти в современном мире стоит М. Фуко. Такой подход к исследованию, как мне кажется, наиболее плодотворен с точки зрения конструирования методологической базы в анализе проблемы власти сегодня.

Работа в этом направлении у М. Фуко привела к предложению его «знания и власти» как отражение механизмов последнего: «...производства истин нельзя отделить от власти и механизмов власти, как потому, что эти механизмы власти делают возможными и производят эти производства истин, так и потому, что эти производства истин