

Е. Н. Малюга, д. филол. н.

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва,
Российская Федерация

E. N. Malyuga, Doctor of Sc. (Philology)

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
Moscow, Russian Federation

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖАРГОНА
В МАНИПУЛЯТИВНОЙ РИТОРИКЕ
БИЗНЕС-МЕДИА ДИСКУРСА**

**FUNCTIONAL AND PRAGMATIC POTENTIAL
OF PROFESSIONAL JARGON IN MANIPULATIVE RHETORIC
OF BUSINESS MEDIA DISCOURSE**

В статье исследуются прагматические функции профессионального жаргона в манипулятивной риторике бизнес-медиа дискурса. На основе качественного контент-анализа текстов 2024 года выявлено, что профессиональный жаргон выступает эффективным инструментом формирования когнитивных установок у реципиентов, усиливая позитивные или негативные коннотации. Установлено, что профессиональная лексика в комбинации с риторическими средствами значительно повышает манипулятивный потенциал бизнес-медиа дискурса.

Ключевые слова: прагматика; функциональная прагматика; профессиональный жаргон; манипулятивная риторика; бизнес-медиа дискурс.

The article examines the pragmatic functions of professional jargon in the manipulative rhetoric of business media discourse. Based on a qualitative content analysis of 2024 texts, the study posits that professional jargon acts as an effective tool for shaping cognitive attitudes in recipients, enhancing positive or negative connotations. The study argues that professional vocabulary in combination with rhetorical means significantly increases the manipulative potential of business media discourse.

Keywords: pragmatics; functional pragmatics; professional jargon; manipulative rhetoric; business media discourse.

Возрастающий интерес к изучению прагматических аспектов манипулятивного воздействия наблюдается в исследованиях, рассматривающих различные жанры и типы дискурса [Aleksandrova, Sibul 2023; Feigina 2020]. Одним из типов дискурса, обладающих значительным манипулятивным потенциалом, является бизнес-медиа дискурс, охватывающий широкую социолингвистическую демографию, включая как

профессиональные сообщества в сфере бизнеса и экономики, так и непрофессиональных участников [Malyuga 2024].

Целью данного исследования является идентификация функций профессионального жаргона как инструмента манипулятивной риторики в бизнес-медиа дискурсе через деконструкцию языковых уровней, на которых профессиональный жаргон выполняет прагматическую функцию влияния на восприятие и интерпретацию информации, способствуя формированию определенной точки зрения у реципиентов.

Методологическая база исследования опирается на качественный контент-анализ текстов бизнес-медиа дискурса, опубликованных в 2024 году, с использованием методов дискурсивного анализа. Выбранная траектория исследования направлена на идентификацию лингвистических средств, задействованных в манипулятивной риторике, с особым акцентом на профессиональный жаргон, его синтаксические и лексические характеристики. В качестве аналитического инструмента используется функциональная прагматика, которая позволяет оценить успешность реализации коммуникативных целей через стратегическое использование специализированной лексики [Malyuga, Orlova 2017]. В рамках функциональной прагматики особое внимание уделяется анализу механизмов воздействия профессиональной лексики на когнитивную обработку информации и формирование прагматических установок у адресатов.

Результаты исследования показали, что профессиональный жаргон в бизнес-медиа дискурсе выполняет важную прагматическую функцию в рамках манипулятивной стратегии. Профессиональные термины и жаргонизмы используются для создания оценочных рамок, усиливающих позитивную или негативную интерпретацию обсуждаемых событий или лиц. Установлено, что профессиональный жаргон редко функционирует изолированно, зачастую комбинируясь с другими риторическими средствами, такими как метафоры, гиперболы и антитезы, что значительно усиливает его манипулятивный потенциал. С прагматической точки зрения, профессиональная лексика выступает в качестве эффективного инструмента достижения коммуникативных целей, связанных с формированием мнения реципиентов.

Профессиональный жаргон в бизнес-медиа дискурсе можно рассматривать как ключевой инструмент манипулятивной риторики, способствующий реализации информационно-персуазивных целей. Профессиональная лексика эффективно формирует и модулирует восприятие реципиентов, особенно за счет ее сочетания с другими риторическими приемами. Дальнейшие исследования могут быть направлены на коли-

чественную оценку воздействия профессионального жаргона на различные целевые аудитории и изучение его роли в других специализированных дискурсах.

Библиографические ссылки

Aleksandrova O. V., Sibul V. V. Headline complexes in business articles as a means of opinion manipulation // Training, Language and Culture. 2023. № 7(3). С. 69–78. DOI: <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-3-69-78>.

Feigina R. Lexical peculiarities of professional jargon in corporate communication // Issues of Applied Linguistics. 2020. № 37. С. 107–121. DOI: <https://doi.org/10.25076/vpl.37.05>.

Malyuga E. N. The language of corporate communication: functional, pragmatic and cultural dimensions. Springer Nature, 2024. 154 p.

Malyuga E. N., Orlova, S. N. Linguistic pragmatics of intercultural professional and business communication. Springer, 2017. 145 p.