

Научная статья

УДК 81'42

doi: 10.47475/1994-2796-2023-476-6-73-83

АРГУМЕНТАЦИЯ В ТЕКСТАХ МАСС-МЕДИА КАК КРИТЕРИЙ ЖАНРОВОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ

Екатерина Андреевна Никонова

Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия, ekatnikon2014@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-9260-4554

Аннотация. Целью статьи является анализ жанродифференцирующего потенциала аргументации. Анализ проводился на примере жанров “analysis”, “editorial”, “opinion”, в основе которых лежат разные цели, обуславливающие различные типы аргументации. В результате исследования выделяется три показателя аргументации, по которым можно проводить жанровую дифференциацию текстов СМИ: структура аргументации, тип тезиса и тип аргументов. Сделан вывод, что использование аргументации зависит от жанра, однако анализ данных показателей является важным, но недостаточным критерием для жанровой дифференциации современных медиатекстов.

Ключевые слова: аргументация, жанровая дифференциация, тексты СМИ, opinion, editorial, analysis

Для цитирования: Никонова Е. А. Аргументация в текстах масс-медиа как критерий жанровой дифференциации // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 6 (476). С. 73–83. doi: 10.47475/1994-2796-2023-476-6-73-83.

Original article

ARGUMENTATION IN MASS MEDIA AS A GENRE DEFINING CRITERION

Ekaterina A. Nikonova

Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia, ekatnikon2014@yandex.ru, ORCID 0000-0001-9260-4554

Abstract. The goal of the article is to study and describe genre defining potency of argumentation. The genres analyzed are analysis, opinion, editorial. As those genres are characterized by different goals, the argumentation used in them must differ. The analysis findings demonstrated that argumentation as a genre defining tool must be analyzed for such parameters as structure, thesis and argument type. It was shown that argumentation is not the ultimate tool of genre defining.

Keywords: argumentation, genres, mass media texts, opinion, editorial, analysis

For citation: Nikonova EA. Argumentation in mass media as a genre defining criterion. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2023;(6(476):73-83. (In Russ.). doi: 10.47475/1994-2796-2023-476-6-73-83.

Введение

Теория аргументации берет свое начало в античной философии и сегодня является объектом междисциплинарного изучения: исследования ведутся в области философии (Ж. Habermas [21], Л. Resnick [24]), логики (А. А. Ивин [9], Ю. В. Ивлев [10]), лингвистики (Н. Н. Добрякова [5], Д. Ц. Доржиева [6], Ф. Емерен [19]), рекламы (М. Ю. Вертиева [3], Н. А. Тюленева [15]) и т. д.

В последнее время особый интерес для исследователей представляет изучение специфики функционирования аргументации в медиатексте [4; 26], поскольку здесь наиболее ярко реализуется ее двунаправленность, т. е. аргументация может выступать как в роли средства разъяснения, обоснования информации на основе аналитической деятельности автора, так и в качестве инструмента изменения общественного мнения, пропаганды. Данный функциональный диапазон может быть рассмотрен в качестве

основания для жанровой дифференциации текстов масс-медиа.

Цель данного исследования — установить возможность использования аргументации как инструмента разграничения жанров масс-медиа, что предполагает решение следующих задач: 1) выявить структурные элементы аргументации в медиатексте и дать им определение; 2) описать общую схему аргументации в жанрах “analysis” и “editorial/opinion”, провести ее сравнительный анализ; 3) на основе коммуникативного характера аргументации определить ее типологическую принадлежность в исследуемых жанрах, провести качественный и количественный анализ полученных данных.

Материал и методы исследования

Для реализации целей исследования путем сплошной выборки было отобрано по 50 статей общественно-тематической направленности, опубликованных в разделах “analysis” и “editorial/opinion” за 2020–2022 гг. (всего 150 статей). Источником статей послужили ведущие англоязычные издания: “The Economist”, “The Washington Post”, “The Independent”, “The Guardian”. В качестве материала исследования были использованы тексты именно данных жанров, поскольку они имеют различную функциональную направленность.

Так, основополагающей чертой жанра “analysis” является демонстрация в сжатом виде максимального объема информации касательно того или иного важного социально-политического вопроса с учетом причинно-следственной связи между различными пластами информации; в результате на основе предоставленной объективной картины происходящего (в контексте имеющейся на данный момент информации) читатель может принять решение или выработать собственную позицию. Жанр “opinion” нацелен на передачу авторского мнения, что часто принимает гиперболизированные формы за счет полного игнорирования альтернативных позиций; editorial ставит своей целью трансляцию позиции редакции по обсуждаемому вопросу, и поскольку СМИ традиционно считают себя равноправным актором публичного диалога, для которого характерна высокая степень предметности и структурности [17. С. 80], то выстраиваемая ими аргументация в editorial носит более взвешенный характер, чем в opinion. Тем не менее оба жанра объединяет нацеленность на выражение мнения, а также оказание влияния на общественно-политическую

мысль, в связи с чем в рамках нашего исследования результаты их анализа дифференцироваться не будут. Таким образом, в основе analysis, opinion/editorial лежат разные цели, обуславливающие различный характер аргументации, что позволит наиболее четко продемонстрировать разнородность проявления аргументации в жанрах масс-медиа.

В качестве методов исследования использовались контекстуально-композиционный анализ (для анализа структуры аргументации), логико-семантический анализ (для анализа связи смысла высказывания и условий его истинности), а также прагматический, когнитивно-семантический анализ и методы дискурсивного анализа (для определения типа аргументации).

Теоретические основы исследования

При анализе структуры аргументации будем опираться на положения, разработанные в рамках формально-логической парадигмы (Г. А. Брутян [2], А. А. Ивин [9], С. Е. Toulmin [25]), согласно которой аргументативная структура включает такие обязательные элементы, как тезис (утверждение, которое необходимо обосновать, чтобы адресат его принял), аргументы первого порядка (доводы или посылки), которые могут быть выражены прямо или имплицитно (имплицитная или скрытая аргументация свидетельствует о коммуникативной тактике навязывания, ее аргументативная сила ниже, чем у прямой аргументации), основание (общее положение, обеспечивающее связь между тезисом и аргументом), а также дополнительные элементы, такие как аргументы второго порядка (или поддержка, т. е. все дополнения, направленные на поддержание аргумента), контраргумент (или оговорка), ограничитель (выражает степень уверенности автора в его утверждении) [25. Р. 14–36].

Приемлемость аргументов и природу аргументативного текста анализируем с позиций, выработанных в рамках неформальной логики (J. A. Blair [18], R. H. Johnson [22]), что предполагает ее соответствие следующим критериям.

Аргументация понимается как рациональная процедура обоснования каких-либо суждений. Данная трактовка предполагает, что рациональная основа аргументации должна быть понятной как аргументатору, оппоненту, так и любому другому заинтересованному лицу. Аргументация, выстроенная в соответствии с риторическим подходом (Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca [23], Д. Карнеги [12], Е. Н. Зарецкая [8] и т. д.), согласно

которому в основе построения аргументации лежит не критерий логичности, достоверности и рациональности, а «deskриптивное понимание элементов, которые вносят вклад в убеждающий эффект дискурса» [4. С. 22], рассматривается нами как пример неполноценной и неадекватной аргументации. Однако необходимо различать аргументацию с четко представленной логической схемой построения рассуждения, которая усиливается риторическими средствами убеждения (что естественно для текстов масс-медиа дискурса, характеризуемого высокой степенью воздействующего потенциала), и убеждение, в основе которого находятся риторические приемы построения убедительной речи [5].

Аргумент должен быть понятен любому здравомыслящему человеку, в отличие от риторического аргумента, эффективного только в отношении определенной группы лиц, разделяющих ценности, на которых данный аргумент базируется.

Аргументатор должен принять во внимание возможные возражения / критику приводимых им аргументов, т. е. аргументация должна включать диалектический уровень. В противном случае речь идет об односторонней аргументации, которая не может рассматриваться как объективная и рациональная.

Аргументативность может проявляться в двух планах построения текста, связанных с вертикальным и горизонтальным развертыванием текста соответственно [4. С. 51]. Первый план характеризует глобальную связность текста и предполагает наличие главного тезиса и направленность всех аргументативных структур, так или иначе, на обоснование этой пропозиции. Второй план аргументативного текста обеспечивает локальную связность текста, т. е. включает элементы, не входящие в аргументативную структуру всего текста, но обеспечивающие естественное развертывание рассуждения.

Считаем аргументативность градуированной категорией, т. е. она может проявляться с разной степенью интенсивности в различных жанрах масс-медиа. Так, в жанрах, для которых аргументативность является ведущей чертой (например, аналитическая статья), аргументативность находит свое отражение на обоих уровнях текста, обуславливает смысловую и композиционную структуру. В жанрах, для которых аргументативность не является ведущей чертой, она может проявляться в отдельных эпизодах текста.

Аргументативная ориентированность высказывания не ограничивается его семантическим или логическим компонентами и является контекстно обусловленной (см. Е. Р. Ионесян [11], Н. Ю. Фанян [16], К. В. Гудкова [4]), т. е. любое deskриптивное высказывание трансформируется в аргумент к действительному положению дел при условии помещения его в соответствующий контекст. В связи с этим аргументы, в строгом варианте представляющие собой логическую ошибку, в определенном контексте могут быть рассмотрены как умеренно приемлемые. Например, апелляция к эмоциям (*ad populum argument*) в случае отсутствия надежной информации, необходимой для окончательного разрешения спорной ситуации, может выступать в качестве инструмента «подталкивания» к практическим рассуждениям [22. Р. 102], что нельзя рассматривать как «хороший» аргумент, но в данном контексте он не является и «безусловно плохим».

При проведении сравнительного анализа аргументов, присутствующих в текстах “analysis” и “editorial/opinion”, будем исходить из их классификации на сильные, слабые и несостоятельные. Под сильными аргументами понимаются универсальные/рациональные аргументы [9. С. 29], которые исключают какую-либо двусмысленность или интерпретативность; их невозможно оспорить или опровергнуть. К сильным аргументам относятся: 1) точно установленные факты; 2) апелляция к официальным документам, законам; 3) результаты экспериментов и экспертные заключения; 4) ссылки на общепризнанных авторитетов в данной области; 5) статистическая информация, предоставленная авторитетным источником; 6) свидетельские показания; 7) здравый смысл, законы природы. Слабые аргументы эффективны только в отношении определенной аудитории, они могут вызвать сомнения в состоятельности. К ним относятся: 1) ссылки на источники, не являющиеся непреложным авторитетом в данной области; 2) доводы личного характера; 3) догадки, прогнозы, предположения, интуиция; 4) выводы, основанные на неполных статистических данных или на фактах, связь между которыми не очевидна. Несостоятельные аргументы представляют собой пример недобросовестной аргументации, рассчитанной на недостаточную осведомленность аудитории. В качестве подобных аргументов могут выступать непроверенные или сомнительные источники; подтасованные факты; предположения и догадки; логические уловки и алогизмы [7].

Результаты исследования

В результате проведенного исследования было выделено три показателя аргументации, по которым можно проводить жанровую дифференциацию текстов СМИ: структура аргументации, тип тезиса и тип аргументов.

1. Специфика структуры аргументации жанров “analysis” и “editorial/opinion”

Анализ композиционной структуры аргументации в жанрах “analysis” и “editorial/opinion” не показал каких-либо закономерных различий. В обоих случаях структуру аргументации нельзя назвать строгой, однако общая схема ее построения узнаваема и предполагает различную вариацию последовательности таких элементов, как тезис, аргумент и контраргумент. При этом не все элементы аргументативной структуры выражены в тексте эксплицитно: они могут отсутствовать или находить имплицитное выражение. С точки зрения композиционного построения аргументация может быть прогрессивной (от тезиса к аргументам) и регрессивной (от аргументов к тезису).

Таким образом, анализ непосредственно структуры аргументации может быть полезен при описании аргументативной схемы конкретного текста, но не показателен при его использовании в качестве инструмента жанровой дифференциации.

Анализ текстологических характеристик “analysis” и “editorial/opinion” показал, что структура аргументации “analysis” проявляется на вертикальном и горизонтальном уровнях построения текста. Вертикальный план предполагает наличие главного тезиса и направленность всех аргументативных структур, так или иначе, на его подкрепление и обеспечивает аргументативную связность в целом, в то время как горизонтальный план обеспечивает локальную связность текста, т. е. включает элементы, не входящие в аргументативную структуру всего текста, но обеспечивающие естественное развертывание рассуждения. В качестве иллюстративного примера рассмотрим структуру аргументации статьи “Are schools really responsible for driving the spread of coronavirus?”¹ (рис. 1).

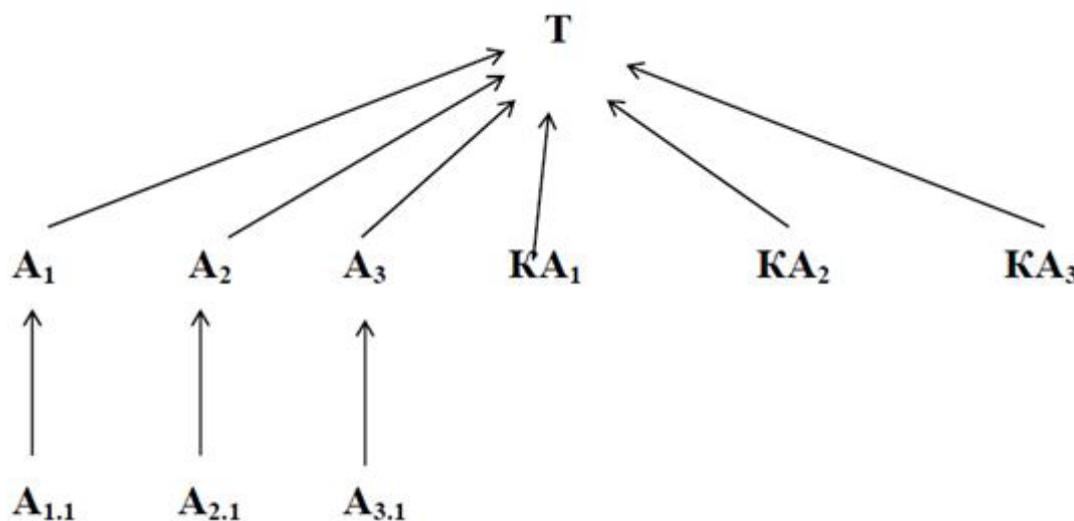


Рис. 1. Аргументативная структура статьи
“Are schools really responsible for driving the spread of coronavirus?”

Fig. 1. Argumentative structure of the article
“Are schools really responsible for driving the spread of coronavirus?”

Тезис данной статьи сформулирован в заголовке и дублируется в третьем абзаце статьи: “But how strong is the evidence that schools are a major cause of the virus spreading?”. В поддержку точки зрения, что школы являются основным источником распространения коронавирусной инфекции, приведено три аргумента — A_1 , A_2 , A_3 , каждый из которых выступает субтезисом (т. е. тезисом более низкого порядка), для обоснования которого

используются аргументы более низкого уровня ($A_{1.1}$, $A_{2.1}$, $A_{3.1}$):

A_1 : The Office for National Statistics’ largescale random weekly survey (released on 24 December)

¹ Chu B. Are schools really responsible for driving the spread of coronavirus? URL: <https://www.independent.co.uk/independentpremium/news-analysis/schools-virus-spread-responsible-b1780408.html> (дата обращения: 23.09.2022).

shows that rates in the run-up to Christmas were considerably higher for children than adults.

A_{1.1}: The ONS estimates that on 18 December the positivity rate for children between year 7 and 11 (ages 11 to 15) was around 3 per cent, according to the sample group tested. For age 2 to school year 6 pupils (age two to 10) the rate was 2 per cent — while the rate for those age 50 and over was below 1 per cent.

A₂: Moreover, the positivity rate for school age children has been rising fast this month.

A_{2.1}: <...> the national prevalence of the virus was around 0.94 per cent across the population. But for ages 13 to 17 the prevalence was more than double that at 2.1 per cent, while for ages 5 to 12 it was 1.7 per cent.

A₃: The researchers think the evidence does suggest schools are driving transmission of the virus.

A_{3.1}: <...> infections appeared to increase more in the second national lockdown in November compared to the first in the spring, when schools were required to close.

Далее автор приводит контраргументы к тезису КА₁, КА₂, КА₃.

КА₁: <...> the proportion of schoolchildren and teachers with coronavirus “closely mirrors” the proportion in the local community.

КА₂: Dr. Ladhani argues it’s possible that the virus was being brought into schools several times from outside, rather than being spread by transmission between pupils.

КА₃: But it’s not clear that the spread is disproportionate to the spread in the surrounding community.

Таким образом, видим, что глобальная аргументативная структура текста является многоуровневой и сложноподчиненной. Автор последовательно приводит аргументы в поддержку тезиса, а затем контраргументы. При этом в качестве «водораздела» между двумя смысловыми частями текста выступает вопрос: “Yet how secure is the modelling assumption that schools have been accelerating the spread of the virus?”. Наличие эксплицитно выраженного перехода от аргументов к контраргументам в сочетании с четкой и ясной аргументативной схемой облегчает восприятие читателем логики рассуждения автора. Обратим внимание также на одинаковое количество приведенных аргументов и контраргументов, что является важным инструментом сохранения «баланса мнений».

Что касается жанров “editorial/opinion”, то в проанализированных нами статьях аргументация не является основой построения глобальной

структуры текстов, но присутствует фрагментарно в данных жанрах, проявляясь на горизонтальном уровне построения текста. В качестве иллюстративного примера рассмотрим статью “The man who fell to earth”¹. В данном тексте автор защищает две точки зрения: результаты президентских выборов во Франции не были такими неожиданными, как могло показаться (Т₁), и будущее президентства Макрона выглядит непростым (Т₂). Данные тезисы формулируются и получают развитие в абзацах 2, 4, 5 соответственно. При этом всего в статье шесть абзацев; абзацы, не задействованные в развертывании аргументативных структур, представляют собой повествование (абзацы 1 и 3) или авторское мнение-рассуждение (абзац 6).

Т₁: The outcome (*of the elections — примечание Е. А. Никоновой*) should not have been as surprising as it felt.

Т₂: Yet the future (*of the Macron’s presidency — примечание Е. А. Никоновой*) looks hard.

Т₁ получает развитие во втором абзаце статьи в горизонтальном и вертикальном плане (рис. 2). Тезис поддерживается двумя аргументами: в первом раунде выборов Макрон выиграл лишь с небольшим перевесом голосов (А₁), а также, отдав в итоге кресло президента Макрону, избиратели лишили его власти, поскольку его коалиция не получила большинства в Национальной ассамблее (А₂).

А₁: In the first round of the presidential election in April, slightly more than half the electorate cast votes for one or other candidate of the political extremes.

А₂: The French gave him his job back, but they also decided to strip him of much of his authority.

Аргумент А₁ получает также горизонтальное развертывание за счет контраргументов КА₁ и ККА₁: с одной стороны, Макрон значительно обошел Ле Пен во втором раунде выборов, но, с другой, впечатляющие результаты лишь маскировали тот факт, что Макрона любит очень мало избирателей, а ненавидит огромное количество.

КА₁: Enough of them then rallied round Mr. Macron in the runoff to allow him to handily defeat Marine Le Pen, the leader of the populist National Rally.

ККА₁: But the impressive result masked the fact that Mr. Macron <...> is loved by only a few, and loathed by many.

¹The man who fell to earth. URL: <https://www.economist.com/leaders/2010/01/21/the-man-who-fell-to-earth> (дата обращения: 23.09.2022).

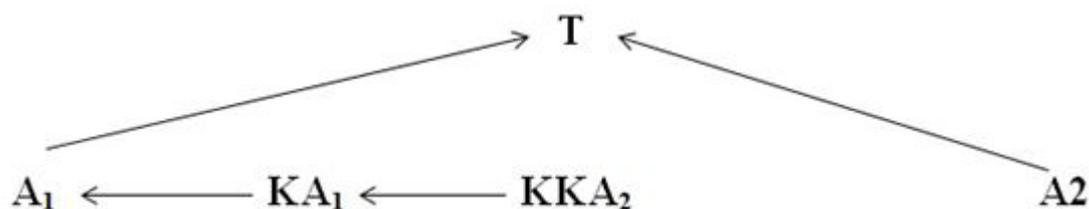


Рис. 2. Развитие тезиса T_1 статьи “The man who fell to earth”

Fig. 2. Development of the thesis T_1 of the article “The man who fell to earth”

Второй тезис T_2 получает вертикальное развертывание в 4 и 5 абзацах статьи (рис. 3); схема аргументации указывает на определенный диалектический путь, поскольку автор, выдвигая аргументацию, стремится предвидеть возможные возражения. Так, в защиту тезиса автор приводит аргумент A_1 о несостоятельности законодательной повестки Макрона. Аргумент A_1 опровергается мыслью о том, что согласно конституции у Макрона есть широкие полномочия в таких областях, как внешняя политика и оборонный сектор. В то же время этот аргумент сталкивается с критикой $ККА_1$, что правительство может отстранить Макрона, вынеся ему вотум недоверия.

Второй контраргумент к A_1 ($КА_2$) — Макрон может получить специальное большинство для

принятия отдельных законов — получает опровержение $ККА_2$, поскольку в правительстве будет сохраняться сопротивление.

A_1 : Mr. Macron’s legislative agenda is up in the air.

$КА_1$: the constitution gives him considerable powers, particularly in the areas of foreign and defense policy, and he also has the right, if need be, to force his budget and one other piece of legislation through parliament by decree in each sitting.

$ККА_1$: But if he is seen to abuse that authority, he may provoke a no-confidence vote that could bring down his government and perhaps force yet another parliamentary election.

$КА_2$: One option is to try to assemble ad hoc majorities for individual bills.

$ККА_2$: Yet both measures will face resistance <...>.

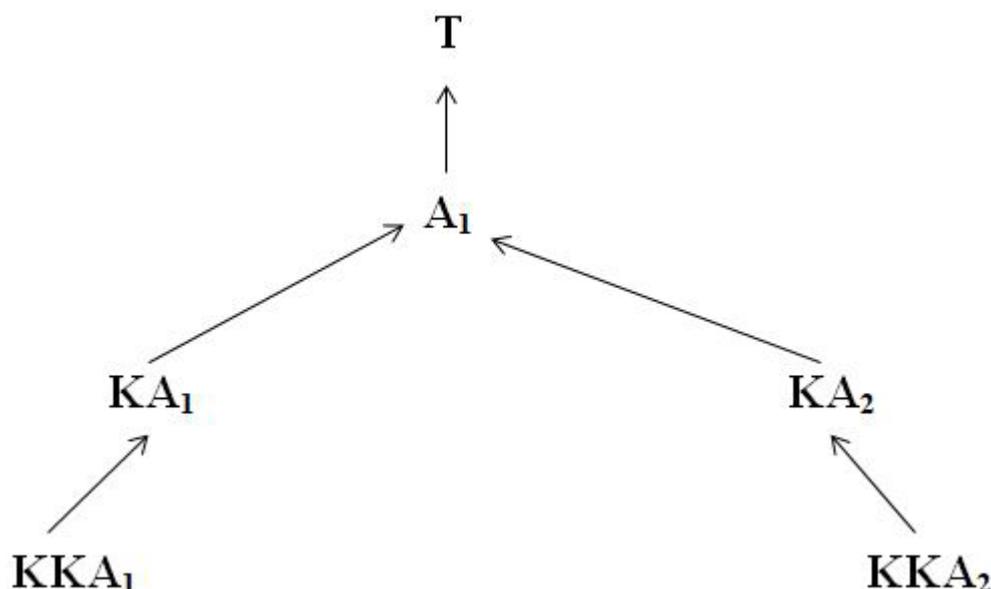


Рис. 3. Развитие тезиса T_2 статьи “The man who fell to earth”

Fig. 3. Development of the thesis T_2 of the article “The man who fell to earth”

Таким образом, видим, что в жанрах “editorial/opinion” аргументативная часть является основой не организации всего текста, но лишь его фрагментов.

2. Типы тезисов в жанрах “analysis” и “editorial/opinion”

Анализ элементов аргументативной структуры показал использование различных типов тезисов

в жанрах “analysis” и “editorial/opinion” с различной степенью интенсивности (табл. 1).

Классификация тезисов проводится на основе типологии, предложенной В. И. Гронбек,

в соответствии с которой выделяют три типа тезисов: нормативный (claim of policy), оценочный (claim of value) и фактологический (claim of facts) [20. P. 283].

Таблица 1
Table 1

Интенсивность применения тезисов в жанрах “analysis”, “editorial/opinion”¹
Intensity of application of abstracts in genres “analysis”, “editorial/opinion”

	Claim of Fact	Claim of Value	Claim of Policy
Analysis	82 % (41 случай)	–	18 % (9 случаев)
Editorial / Opinion	40 % (32 случая)	5 % (4 случая)	55 % (44 случая)

Фактологический тезис постулирует наличие определенного положения дел (см. 1–2), которое соответствует реальной картине мира; оценочный тезис призван дать оценку фактов действительности (см. 3–4); нормативный тезис содержит в себе эксплицитно выраженное побуждение к изменению текущего положения дел (см. 5).

(1) The decline of fossil fuels is going to be expensive²

(2) Ukraine is an EU candidate. Full membership is an obstacle course³

(3) It’s humiliating hell being a minister under Johnson⁴

(4) Busting the filibuster for abortion now is madness⁵

¹ Нами анализировались только те тезисы, которые не являются субтезисами. Таким образом, в выборку analysis попали 50 глобальных тезисов, в то время как в editorial/opinion нами было проанализировано 80 тезисов, так как в статьях данного жанра может быть более одного основного тезиса (отметим, что наличие нескольких основных тезисов свидетельствует либо об отсутствии смысловой взаимосвязи между тезисами, либо о том, что объединяющий их глобальный тезис не выражен в тексте эксплицитно и, соответственно, в нашем исследовании не учитывается).

² Fox J. The decline of fossil fuels is going to be expensive. URL: https://www.washingtonpost.com/business/energy/the-decline-of-fossil-fuels-is-going-to-be-expensive/2022/06/27/4dbc7232-f60d-11ec-81db-ac07a394a86b_story.html (дата обращения: 23.09.2022).

³ Schimmelfennig F. Ukraine is an EU candidate. Full membership is an obstacle course. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/06/30/ukraine-eu-membership-moldova-georgia/> (дата обращения: 23.09.2022).

⁴ Toynbee P. Saved by the bell, Boris Johnson’s government flip-flops off for the summer. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/jul/23/boris-johnson-government-flip-flops-summer-pingdemic-leveling-up> (дата обращения: 23.09.2022)

⁵ Hohmann J. Busting the filibuster for abortion now is madness. URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2022/07/06/busting-filibuster-abortion-crazy/> (дата обращения: 23.09.2022).

(5) The world needs more wheat⁶

Количественный анализ распределения тезисов в исследуемых жанрах показал, что в analysis преимущественно (82 % всех случаев) встречаются фактологические тезисы. В таких текстах основная задача автора — сделать некий факт очевидным для читателя. 18 % всех тезисов в analysis приходится на нормативные тезисы: автор ставит целью побудить читателя к неким действиям, изменить его картину мира. Отсутствие оценочных тезисов является закономерным, поскольку в жанре “analysis” авторские оценки и мнения сведены к минимуму, т. е. авторское отношение к тому или иному событию не может выступать в качестве доказываемого положения. В editorial/opinion представлены все три типа тезисов — фактологический (40 %), оценочный (5 %), нормативный (55 %) с доминированием последнего. При этом в чистом виде нормативные тезисы встречаются редко и, как правило, наблюдается комбинация оценки и нормативности, что объясняет достаточно низкий процент оценочных тезисов для жанра, основной целью которого является постулирование авторского мнения.

3. Типы аргументов в жанрах “analysis” и “editorial/opinion”

Как показал анализ практического материала, в обоих жанрах встречаются как сильные, так и слабые аргументы; несостоятельные аргументы были обнаружены нами только в editorial/opinion (табл. 2).

⁶ Wanzek T. A solution to the wheat shortage: genetically modified crops. URL: <https://www.wsj.com/articles/a-solution-to-the-wheat-shortage-genetically-modified-crops-farmers-agriculture-scientists-11654877143> (дата обращения: 23.09.2022).

Таблица 2
Table 2

Типы аргументов в жанрах “analysis” и “editorial/opinion”
Argument types in the “analysis” and “editorial/opinion”

	Сильные аргументы	Слабые аргументы	Несостоятельные аргументы
Analysis	82 %	18 %	0 %
Editorial/opinion	30 %	55 %	15 %

По результатам проведенного исследования 82 % всех аргументов в analysis приходится на сильные аргументы. Например, в статье “Jan. 6 hearings show a democracy in crisis. Civic education can help”¹ к тезису “Few middle and high school students are proficient in civics” приводятся следующие аргументы:

A₁: A 2018 report by the nonpartisan Center for American Progress found that only nine states and D.C. require a full year of high school civics. An equal number of states required none.

A₂: National assessments find that fewer than 25 percent of U.S. eighth-graders have the basic civics proficiency needed to understand how their government works.

A₃: And Congress spends 1,080 times more on science, technology, engineering and math (STEM) programs — approximately \$54 per student per year — than on civic education, which receives five cents per student per year.

Аргументы A₁, A₂, A₃ представляют собой отсылку к статистическим данным, предоставленным авторитетными и независимыми источниками информации — Центром американского прогресса, Национальным центром оценки и Конгрессом США. Для усиления объективации аргументов автор приводит гиперссылки на отчеты, на которые ссылается: читатель может самостоятельно убедиться в непредвзятости предоставленной информации.

На слабые аргументы приходится 18 % всех аргументов. Так, в статье “Ukraine is an EU candidate. Full membership is an obstacle course”² к тезису “Ukraine, Moldova, Georgia won’t become EU members soon” среди прочего приводится несколько слабых аргументов:

A₁: The E.U. has always been reluctant to offer membership to comparatively poor European countries with weak bureaucracies and less-stellar records on democracy and the rule of law.

A₂: Most E.U. members were initially skeptical, or suggested alternatives to enlargement, but they were morally unable to explicitly oppose these countries’ applications.

Аргумент A₁ может быть легко опровергнут, поскольку, несмотря на то, что требования к странам, претендующим на вступление в ЕС, достаточно высоки (см. копенгагенские критерии), в действительности они не всегда соблюдаются в полной мере. Так, например, при принятии в Союз Болгарии страна была не готова выполнить необходимые условия, однако было принято решение, что «только в качестве страны — члена ЕС у Болгарии будут более благоприятные условия для ускоренного развития, поскольку для Болгарии нет никакой альтернативы членству ЕС» [13]. Таким образом, рассматриваемый аргумент является риторическим, эффективен только для определенной аудитории и может быть легко оспорен (при этом контраргументы автор не приводит, что лишает аргументацию необходимого диалектического элемента). Аргумент A₂ об изначальной скептической позиции большинства стран — членов ЕС по отношению к принятию Украины, Молдовы и Грузии в Союз представляет собой субъективное заявление на уровне интуиции, которое хотя и может быть вероятным, однако, для того чтобы рассматриваться как сильный аргумент, нуждается в подтверждении.

Использование в analysis преимущественно сильных аргументов представляется закономерным результатом, поскольку в данном жанре основная форма аргументации — доказательство (согласно типологии, предложенной Т. В. Анисимовой и Н. А. Крапцетовой, что подразумевает «совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных или связанных с ним суждений» [1. С. 46]. Задача доказательства — избавить читателя от

¹ Robiadek K. M. Jan. 6 hearings show a democracy in crisis. Civil education can help. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/06/28/jan-6-house-committee-misinformation-education/> (дата обращения: 23.09.2022).

² Schimmelfennig F. Ukraine is an EU candidate. Full membership is an obstacle course.

всех сомнений в правильности выдвинутого тезиса с помощью рациональных аргументов [1. С. 47].

Что касается жанров “editorial/opinion”, то здесь доминируют слабые аргументы (55 %), вместе с тем встречаются сильные (30 %) и несостоятельные (15 %). Сильные и слабые аргументы были подробно рассмотрены на примере analysis, и поскольку их черты не изменяются в зависимости от жанра, то сосредоточим наше внимание на специфике функционирования несостоятельных аргументов. В качестве иллюстративного материала используем статью “A solution to the wheat shortage: genetically modified crops”¹. К тезису “Genetically modified wheat must be produced” автор приводит следующую аргументацию:

A: The original decision by industry leaders to avoid the commercialization of genetically modified wheat came when the technology was new. Greenpeace warned darkly of the dangers of growing “frankenfood.” Their arguments always were weak, and today scientists know conclusively that genetically modified crops are safe to eat.

Таким образом, автор сводит всю аргументацию к тому, что индустрия отказалась от производства ГМ-пшеницы из-за опасений Гринпис о небезопасности такой продукции. Приводя данный аргумент, автор использует словосочетание “warned darkly” (прямое значение наречия “darkly” — “in a way that is threatening or frightening”², однако в данном контексте сема “dark” также отсылает читателя к понятию “The Dark Ages”, предполагающему технологический упадок; таким образом, в сознании читателей создается концепт ученых-луддитов, выступающих против ГМ-пшеницы) и жаргонное слово “frankenfood”, которые дают негативно-ироничную окраску позиции Гринпис. Таким образом, есть все основания полагать, что данный аргумент рассчитан на эмоциональное воздействие на аудиторию, которая не будет его верифицировать. В действительности отказ от производства ГМ-пшеницы связан со сложностью ее производства [14. С. 47]. Так, геном пшеницы был окончательно расшифрован только в 2018 г.³, работы по изучению возмож-

ных генных модификаций пшеницы активно ведутся в настоящее время. Оставив за пределами данного исследования дискуссию о том, знал ли автор, написавший статью, посвященную ГМ-пшенице, о действительных причинах отказа индустрии от ее производства или нет, тем не менее можно сделать вывод, что для обоснования своей позиции он опирается на чувства и настроения аудитории вместо обоснования тезиса объективными доводами.

Выводы

В результате проведенного исследования нами было выделено три показателя аргументации, по которым можно проводить жанровую дифференциацию текстов СМИ: структура аргументации, тип тезиса, тип аргументов. И хотя анализ данных показателей не может рассматриваться в качестве однозначного и единственного основания для дифференциации жанров, он позволяет сделать вывод о наличии определенной тенденции.

Результаты анализа показали, что в жанре “analysis” аргументативная структура является основой построения текста и соответственно представлена на вертикальном и горизонтальном уровнях, в то время как в жанрах “editorial/opinion” аргументация выражена только на горизонтальном уровне. Что касается тезисов, то в analysis наблюдается существенное доминирование фактологических тезисов, а в editorial/opinion — нормативного. Исследуемые жанры также характеризуются различным соотношением типов аргументов: в analysis большинство аргументов — сильные (82 %); в 18 % случаев встречаются слабые аргументы. В жанрах “editorial/opinion” присутствуют три вида аргументов: сильные (30 %), слабые (55 %), несостоятельные (15 %).

Таким образом, проведенное исследование позволило доказать, что существует определенная закономерность в использовании аргументации в зависимости от жанра. Однако для жанровой дифференциации современных медиатекстов рассмотренные критерии являются важными, но недостаточными. Представляется, что в дальнейших исследованиях необходимо провести анализ аргументации в сочетании с другими категориями (такими как оценка, эвиденциальность и т. д.), что позволит выработать более четкий инструмент жанровой дифференциации.

¹ The decline of fossil fuels is going to be expensive. URL: https://www.washingtonpost.com/business/energy/the-decline-of-fossil-fuels-is-going-to-be-expensive/2022/06/27/4dbc7232-f60d-11ec-81db-ac07a394a86b_story.html

² Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 23.09.2022).

³ Ученые окончательно расшифровали геном пшеницы. URL: <https://ria.ru/20180823/1527059214.html> (дата обращения: 23.09.2022).

Список источников

1. Анисимова Т. В., Крапчетова Н. А. Манипуляция как характеристика институционального дискурса. Волгоград : Волгоград. науч. изд., 2010. 203 с.
2. Брутян Г. А. Аргументация. Ереван, 1984. 105 с.
3. Вертиева М. Ю. Дискурсивно-аргументативная характеристика французской рекламы: на материале потребительской и деловой рекламы : дис. ... канд. филол. наук. М. : 2008. 203 с.
4. Гудкова К. В. Когнитивно-прагматический анализ аргументации в аналитической газетной статье (на материале британской прессы) : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 184 с.
5. Добрякова Н. Н. Аргументативное сообщение как единица политической речи. Прагмалингвистический и интеракциональный аспекты анализа : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003. 200 с.
6. Доржиева Д. Ц. Специфика аргументативной структуры в типе текста «аналитическая статья» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7-2 (85). С. 321–324.
7. Ефремов В. А. Деловая риторика Культура речи и деловое общение : учебник. М. : КноРус, 2020. 217 с.
8. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М., 1999. 480 с.
9. Ивин А. А. Теория и практика аргументации : учебник для бакалавров. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2019. 300 с.
10. Ивлев Ю. В. Логика. М., 2007. 288 с.
11. Ионесян Е. Р. Классификация ментальных предикатов по типу вводимых ими суждений // Логический анализ языка: Ментальные действия. М., 1993. С. 89–95.
12. Карнеги Д. Язык убеждения. М., 2003. 288 с.
13. Кирилова Я. Общинските бюджетни инвестиции в България през периода 1994–2005 г. — състояние, тенденции и предизвикателства // Икономическа мисъл. 2007. № 4. С. 53–71.
14. Стрыкина К. В., Хлесткина Е. К. Редактирование геномов пшеницы, ячменя, кукурузы с использованием системы CRISPR/Cas // Биотехнология и селекция растений. 2020. № 3 (1). С. 46–56.
15. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург : 2008. 269 с.
16. Фанян Н. Ю. Аргументация как лингвопрагматическая структура : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 2000. 49 с.
17. Шарафан И. В. Публичный диалог: к построению модели коммуникативной ситуации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 2. С. 80–85.
18. Blair J. A., Johnson R. H. Argumentation as Dialectical // Argumentation. 1987. No. 1 (1). P. 41–56.
19. Eemeren F. The State of the Art in Argumentation Theory // Crucial Concepts in Argumentation Theory. Amsterdam : University Press, 2001. P. 11–26.
20. Gronbeck V. E., German K., Ehninger D. Principles of speech communication A. H. Monroe. U.S., 1998.
21. Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981.
22. Johnson R. H. Manifest rationality. A pragmatic theory of argument. Routledge, 2000. 406 p.
23. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric: A Treatise On Argumentation. London, 1969.
24. Resnick L. Education and learning to think. National academics press, 1987.
25. Toulmin S. E. The Uses of Argument. Cambridge University Press, 1958. 262 p.
26. Walton D. Fundamentals of Critical Argumentation. Cambridge University Press 2006. 214 p.

References

1. Anisimova TB, Krapchetova NA. Manipulyaciya kak harakteristika institucional'nogo diskursa = Manipulation as a feature of institutional discourse. Vologda: Vologda scientific press; 2010. 203 p. (In Russ.).
2. Brutyan GA. Argumentaciya = Argumentation. Erevan. 1984. 105 p. (In Russ.).
3. Vertieva MU. Diskursivno-argumentativnaya harakteristika francuzskoj reklamy: na materiale potrebitel'skoj i delovoj reklamy = Discursive and argumentative characteristics of French advertisement. Thesis. Moscow; 2008. 203 p. (In Russ.).
4. Gudkova KV. Kognitivno-pragmaticheskij analiz argumentacii v analiticheskoy gazetnoj stat'e (na materiale britanskoj pressy) = Cognitive-pragmatic analysis of argumentation in the newspaper analytical article. Thesis. St. Petersburg; 2009. 184 p. (In Russ.).

5. Dobryakova NN. Argumentative message as an element of political speech. Pragmalingvistic and interactional aspect of the analysis. Thesis. St. Petersburg; 2003. 200 p. (In Russ.).
6. Dorzhieva DC. Argumentation structure specifics in the analytical article. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory and Practice*. 2018;(7-2(85):321-324. (In Russ.).
7. Efremov VA. Delovaya ritorika Kul'tura rechi i delovoye obshcheniye = Business rhetoric Culture of speech and business communication. Moscow: KnoRus; 2020. 217 p. (In Russ.).
8. Zareckaya EN. Ritorika: Teoriya i praktika rechevoj kommunikacii = Rhetoric: theory and practice of speech communication. Moscow; 1999. 480 p. (In Russ.).
9. Ivin AA. Teoriya i praktika argumentacii: uchebnik dlya bakalavrov = Theory and practice of argumentation: bachelor student's book. Moscow: Urait press; 2019. 300 p. (In Russ.).
10. Ivlev UV. Logika = Logics. Moscow; 2007. 288 p. (In Russ.).
11. Ionesyan EP. Classification of mental predicates according to the type of judgments they introduce. In: *Logicheskij analiz yazyka: Mental'nye dejstviya = Mental predicates classification based on the judgments. Language logical analysis: mental actions*. Moscow; 1993. P. 89–95. (In Russ.).
12. Karnegi D. Yazyk ubezhdeniya = Persuasive language. Moscow; 2003. 288 p. (In Russ.).
13. Kirilova Ya. Municipal budget investments in Bulgaria in the period 1994–2005 — status, trends and challenges. *Economic thought*. 2007;(4):53-71. (In Bulg.).
14. Strikina KV, Hlestkina EK. Wheat, barley, corn genome modification through CRISPR / Cas system. *Biotekhnologiya i selekciya rastenij = Biotechnologies and selection*. 2020;3(1):46-56. (In Russ.).
15. Tuleneva NA. Lingvokognitivnye strategii pozicionirovaniya i prodvizheniya turisticheskikh uslug v rossijskoj i anglo-amerikanskoj reklame = Lingvo-cognitive strategies of representation and promotion of tourism service In Russian and Anglo-American advertisement. Thesis. Ekaterinburg; 2008. 269 p. (In Russ.).
16. Fanyan NU. Argumentaciya kak lingvopragmaticheskaya struktura = Argumentation as a lingvo-pragmatic structure. Abstract of thesis. Krasnodar; 2000. 49 p. (In Russ.).
17. Sharafan IV. Public dialogue: communication situation building. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Voronezh State University*. 2008;(2):80-85. (In Russ.).
18. Blair JA, Johnson RH. Argumentation as Dialectical. *Argumentation* 1987;(1(1):41-56.
19. Eemeren F. The State of the Art in Argumentation Theory. *Crucial Concepts in Argumentation Theory*. Amsterdam University Press; 2001. P. 11–26.
20. Gronbeck BE, German K, Ehninger D. Principles of speech communication A.H. Monroe. U.S.; 1998.
21. Habermas J. The theory of communicative action. Vol. 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp; 1981. (In Germ).
22. Johnson RH. Manifest rationality. A pragmatic theory of argument. Routledge. 2000. 406 p.
23. Perelman Ch, Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric: a Treatise On Argumentation. London; 1969.
24. Resnick L. Education and learning to think. National academics press; 1987.
25. Toulmin SE. The Uses of Argument. Cambridge University Press. 1958. 262 p.
26. Walton D. Fundamentals of Critical Argumentation. Cambridge University Press; 2006. 214 p.

Информация об авторе

Е. А. Никонова — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английского языка № 3.

Information about the author

Ekaterina A. Nikonova — Cand. Sci. (Philology), Senior Lecturer of English Department № 3.

Статья поступила в редакцию 13.10.2022;
одобрена после рецензирования 23.11.2022; при-
нята к публикации 12.08.2023.

The article was submitted 13.10.2022; approved
after reviewing 23.11.2022; accepted for publication
12.08.2023.

Автор заявляет об отсутствии конфликта инте-
ресов.

The author declares no conflicts of interests.