

## Литература

1. Кубрякова, Е. С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 7–25.
2. Варшавская, А. И. Смысловые отношения в структуре языка: (на материале современного английского языка) / А. И. Варшавская. – Л., 1984. – 525 с.
3. Попов, А. Ю. Формы экономических текстов и дискурсов / А. Ю. Попов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. статей. – СПб.: СПбГУЭФ, 2001. – С. 130–137.
4. Кубрякова, Е. С. Виды пространства, текста и дискурса / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – С. 19–20.
5. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – М.: МАКС Пресс, 2000. – 213 с.
6. Драздаускене, М.-Л. А. Контактостанавливающая функция речи: на материале английского языка: автореф. ... канд. филол. наук / М.-Л. А. Драздаускене. – М., 1970. – 15 с.

УДК 811.111:811(043.3)

*Е. В. Сажина*

### ФАКТИЧЕСКИЙ АРГУМЕНТАТИВНЫЙ БЛОК В ПОЛЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Настоящая статья посвящена рассмотрению такого вопроса как языковые особенности структурных компонентов аргументации в англоязычном полемическом дискурсе печатных СМИ. Устанавливаются особенности построения такого компонента аргументации как тезис и аргументы, а также выявляются языковые особенности последних.*

Полемический дискурс печатных СМИ, целью которого является побуждение читателя к принятию участия в поиске решения экономических, социальных, политических и др. проблем, характеризуется богатым репертуаром языковых средств воздействия. Одним из таких средств является аргументация.

Аргументация представляет собой речевое действие, включающее систему утверждений, предназначенных для оправдания или опровержения какого-то мнения, обладающее структурой в виде *тезиса, аргументов и следствия*, и обращена в первую очередь к разуму человека, который способен, рассудив, принять или отвергнуть это мнение [1]. С другой стороны, процесс аргументирования тесно связан с осуществлением речевого воздействия на адресата, для реализации которого используется ряд языковых единиц. Актуальность настоящей работы заключается в том, что многие исследования, посвященные аргументации, были направлены на рассмотрение ее логического аспекта или содержательного плана с точки зрения теории речевых актов. Однако отсутствие работ, посвященных анализу языковых характеристик компонентов аргументации и установлению специфики их функционирования в пределах аргументативного поля полемического дискурса печатных СМИ, а также вопросам о возможности их нахождения вне текста проблемной статьи (в откликах), определило одну из задач проведенного исследования.

Речевым способом выражения аргументации является текст. Если учитывать, что текст – это сознательно организованный результат речевого процесса и что целью аргументативного речевого процесса является побуждение, то в любом тексте с учетом аргументативного подхода потенциально возможно выделение аргументативных сегментов, каковыми являются *тезис, аргументы и следствие* [2, с. 65].

*Тезис* в широком смысле – это любое утверждение в споре или изложении некоторой теории; в узком смысле – основополагающие утверждения – принципы; в логике – это утверждение, требующее доказательства [3, с. 30]. В настоящем исследовании мы придерживаемся первой точки зрения, поскольку тезис аргументации в полемическом дискурсе предполагает утверждение определенных взглядов относительно отдельного аспекта описываемой проблемы.

Изучение проблемных статей показало, что тезис аргументации может содержаться как в корпусе проблемной статьи, так и в ее заголовке.

Утверждаемый тезис может быть выражен утвердительным, отрицательным или вопросительным предложением, т. е. мы можем выделить *тезис-утверждение, тезис-отрицание и тезис-вопрос*.

Тезис-утверждение, тезис-отрицание и тезис-вопрос могут быть *нераспространенными* либо *распространенными*.

*Нераспространенный тезис* состоит из одной пропозиции. Под пропозицией в настоящем исследовании понимается концептуальная структура, являющаяся значением самостоятельного предложения и

его трансформов – номинализаций различных типов, т. е. чтобы быть точнее, содержание мысли, которое предложение выражает [4, с. 15]. Можно предположить, что такой тезис выполняет обобщающе-информативную функцию, т. е. предлагает пищу для раздумий и анализа с дальнейшим изложением мнений по данному вопросу. Такой тип тезиса встречается как в заголовках проблемных статей (отклики заголовков не имеют), так и в текстах статей и откликов, и мы относим его к *сжатому типу*.

Но для полемического дискурса наиболее характерно употребление *распространенного (развернутого) тезиса*, который содержится в корпусе самой проблемной статьи либо откликов. *Распространенный (развернутый) тезис*, как правило, имеет комплексную структуру и выражен не одной, а несколькими пропозициями. Такой тезис дает возможность детального изложения всех имеющихся в распоряжении адресанта теорий, утверждений с целью предоставления адресату более точной картины возникшей проблемы.

Развернутый тезис, по сравнению со сжатым, не требует от адресата дополнительных усилий для построения догадок таких, как *Где? Когда? С кем?* и т. д. Можно предположить, что задачей адресата является поиск ответа на вопрос *Почему?* и *Где искать выход?* Такой тезис, в силу своей полноты, имеет бóльшие возможности для оказания побуждающего воздействия на адресата, что и доказывается бóльшим количеством аргументативных цепочек в откликах, образуемых таким типом тезиса, по сравнению с нераспространенным.

Исходя из теории аргументации, любой тезис требует своего доказательства. Для полемического дискурса характерно использование как отдельных аргументов, так и целых аргументативных блоков, т. е. последовательностей аргументов. Использование последних придает проблемной статье бóльшую убедительность, поскольку каждый отдельный аргумент в составе блока позволяет более отчетливо установить степень важности той или иной проблемы.

Как показал анализ, наиболее распространенным видом аргументативного блока является *фактический аргументативный блок*, в котором выстраивание аргументации идет в форме сообщения общеизвестных фактов, выраженных цепочкой чередующихся утвердительных, отрицательных, восклицательных предложений. Приведем пример такой аргументативной цепи из статьи, посвященной проблеме взаимоотношений между руководителем и подчиненным:

**Тезис** – *The mystifying thing about this pattern is that it does not appear to undercut productivity.*

**Аргументы** – *Workers may loathe a bullying boss and hate going to work each morning, <...>. Researchers find little relationship <...>, as measured by the output and even the quality of their work.*

*In the most hostile work environment, conscientious people keep doing the work they are paid for <...>.*

*At the same time, some employees withhold the unpaid extras <...>. Yet this falloff <...> is smaller <...>.*

Из данного примера мы видим, что адресант приводит тезис, который доказывает путем приведения аргументативной цепи, состоящей из ряда разрозненных фактов (*workers may loathe a bullying boss and hate going; researchers find; as measured by the output; conscientious people keep doing the work they are paid for; some employees withhold the unpaid extras; fear motivates*), связанных одной проблемой: невыносимые условия работы под руководством жестокого босса. Эти факты излагаются последовательностью высказываний, которые представляют собой **фактический аргументативный блок**. Такое построение аргументативной цепи позволяет ознакомиться с фактами, подготавливающими необходимую почву для дальнейшего обсуждения.

Анализ фактических аргументативных блоков показал, что для них наиболее характерно использование утвердительных предложений, как в предыдущем примере.

Попеременное чередование утвердительных и отрицательных высказываний может иметь целью создать эффект спора, присоединившись к которому адресат выбирает позицию «за» или «против». Рассмотрим пример из статьи «*Bush Goes Public on Service Record to Ward off Critics*», посвященной проблеме оккупации Ирака:

**Тезис** – *<...> policies that have led to a brilliantly successful war and a staggeringly inept postwar occupation.*

**Аргументы** – *But to its credit, at least it had a policy, <...>, but they had failed <...>. The embargo does seem to have achieved the goal <...>. And yet had sanctions really succeeded, presumably there would have been no need for the war at all. Not that every Iraqi <...> preferred sanctions to war. To the contrary, some even insisted <...>.*

Мы видим поочередное использование утвердительных и отрицательных высказываний (... *it had ... – they had failed ...; The embargo does seem ... – ... there would have been no need ...; ... Iraqi ... preferred ... – To the contrary...*). Благодаря такому противопоставлению адресант намеренно побуждает адресата самостоятельно проанализировать существующие факты, взвесить предлагаемые «за» и «против» и присоединиться к дискуссии, предложив свою точку зрения. Отрицание в такой цепи, как правило, выражено при помощи лексики с

отрицательной коннотацией (*fail, contrary, deny, reject*), отрицательных местоимений (*none, no one, nothing, neither*) или при помощи таких наречий, как *not, never*.

Языковые особенности фактического аргументативного блока заключаются в чередовании утвердительных и отрицательных предложений преимущественно с предикатами достижения цели (*succeed, achieve, insist*) и волеизъявления (*prefer, like, dislike*), в которых может присутствовать инверсия и наречия уверенности (*really, surely*).

Таким образом, одной из особенностей реализации аргументативного воздействия в полемическом дискурсе печатных СМИ является употребление фактического аргументативного блока, представляющего собой аргументативную цепь, состоящую из ряда разрозненных фактов, связанных одной проблемой и реализующегося с помощью определенного репертуара языковых средств.

### Литература

1. Ивин, А. А. Теория аргументации: учеб. пособие / А. А. Ивин. – М.: Гардарики, 2000. – 214 с.
2. Конецкая, В. П. Социология коммуникации: учеб. пособие / В. П. Конецкая. – М.: Изд-во МУБиУ, 1997. – 304 с.
3. Ключев, Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): учеб. пособие / Е. В. Ключев. – М.: ПРИОР, 1999. – 272 с.
4. Dummett, M. *Origins of analytical philosophy* / M. Dummett. – Harvard: Harvard University Press, 1996. – 215 p.

УДК 811.111'272:659.1:070

*Т. В. Соклакова, И. Л. Дегтярева*

### РОЛЬ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ЖУРНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

*Статья рассматривает существование стереотипов в обществе в целом и в средствах массовой информации, в частности. В основу исследования положена журнальная реклама как ярчайший пример сформировавшихся в обществе на протяжении веков гендерных стереотипов.*

Существование журналистики невозможно без стереотипов. С появления первой газеты до создания глобальной системы массовых коммуникаций устойчивые представления о добре и зле, героизме и подлости и т. д. являлись не только непременным атрибутом каждого