

З Акулова, О. В. Конструирование ситуационных задач для оценки компетентности учащихся: учебно-методическое пособие для педагогов школ / О. В. Акулова, С. А. Писарева, Е. В. Пискунова. – Санкт-Петербург : КАРО, 2008. – 90 с.

УДК 811.161.1'42:070:659.123.6

М. П. Толкачева

АРГУМЕНТАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ В РУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена аргументационным моделям в русскоязычном медийном дискурсе. Рассмотрено убеждение как одна из самых распространенных стратегий в медийном дискурсе. Многоярусная структура аргументации характеризуется определенными схемами (последовательными, ступенчатыми и разветвленными), которые имеют разную степень воздействия. На примере статьи из газеты «СБ. Беларусь сегодня» автор рассматривает разветвленную схему аргументативных блоков и анализирует ее структурные компоненты.

Феномену аргументации большое внимание уделяли древнекитайские и индийские философы, логики, аналитики устной и письменной разговорной речи. Благодаря Протагору, Сократу, Аристотелю и их междисциплинарным исследованиям теория аргументации была выделена в самостоятельную область.

Однако интерес к данному феномену не ослабевает, поскольку аргументация широко используется во всех сферах человеческой деятельности, включая дискурс.

Опираясь на многочисленные исследования дискурса (Н. Д. Арутюнова, М. Н. Володина, М. Р. Желтухина, Е. С. Кубрякова, В. И. Карасик, А. А. Романов, Ю. С. Степанов, В. И. Шаховский), определим медиадискурс как связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов [1, с. 132].

В медийном дискурсе одной из самых распространенных стратегий по употреблению является стратегия убеждения. Данная стратегия реализуется при помощи тактики аргументации, которую составляют различные аргументативные блоки, например, тезис – аргументы – следствие. Тезис представляет собой положение, которое нужно доказать. Обоснованием тезиса выступает аргумент (довод). В следствии автор указывает выводы, суммирующие аргументы.

Биокогнитивному подходу к анализу письменного текста как дискурса характерны значимые различия адресант-адресатных отношений в нём в сравнении с устным общением, т. к. «автор может только моделировать психологические, социальные характеристики слушающего, систему его ценностей, его намерения, как ближайшие, так и дальнейшие, его отношение к содержанию высказывания и возможные реакции на него. <...> Отсутствие обратной связи принципиально меняет коммуникативную деятельность говорящего – она теряет свой автоматизм и спонтанность» [2, с. 73–74]. Таким образом, в условиях письменного текста диалогичность только моделируется. Но автор и читатель и в письменном тексте остаются психологическими составляющими вербальной коммуникации. Автор (адресант) кодирует определенный смысл таким образом, чтобы читатель (адресат) мог раскрыть этот смысл, декодируя вербальные знаки. Кодирование

может осуществляться через особые структуры – предположение, мнение, уверенное заключение, оформленные с помощью множества языковых средств, регулирующих адекватность понимания письменного текста.

В описании событий и их интерпретации автор (адресант) стремится идти «от человека», таким образом, выбор языкового материала направлен на адекватное восприятие и понимание сказанного.

«Расчёт» и ориентирование на адресата является основным коммуникативным принципом современного массмедийного дискурса. «Фактор адресата» и «фактор адресанта» конкретизируются возрастными, гендерными, культурно-образовательными, а также профессиональными составляющими статуса адресата. Все эти характеристики как дополняют, так и меняют содержание выше указанных понятий. Справедливо отмечает О. П. Воробьёва: «Косвенные эксплицитные указатели адресованности составляют те его элементы, которые принадлежат к определённым лексико-семантическим, тематическим или ассоциативным рядам, полям или группам и идентифицируются как таковые заданным кругом читателей» [3, с. 60].

Выполняя воздействующую функцию в медийном дискурсе, аргументация также выделяется своей структурной организацией. Многоярусная структура аргументации характеризуется *последовательными, ступенчатыми и разветвленными аргументативными схемами*. Так, организация аргументов может быть *индуктивной* (от аргументов к выводам, т. е. от частного к общему) или *дедуктивной* (от общего к частному). *Нисходящая* и *восходящая* организации аргументов отличаются степенью силы аргументов. Так, в первом случае наблюдается эмоциональный спад аргументов к концу сообщения (статьи), во втором случае – сила аргументов и эмоциональность усиливаются.

Приведем пример разветвленной аргументации на примере статьи **«Не спешите расставаться со старыми добрыми вещами»** (текст статьи расположен на официальном сайте газеты «СБ. Беларусь сегодня» – www.sb.by [4]), посвященной проблеме современных гаджетов:

Статья: Тезис – *Не спешите выбрасывать старые вещи, <...>. Аргументы – Глобализм не может ее [ментальность] победить. – Мода на «купи новый гаджет, выбрось старый, будь в тренде» белорусов хотя и коснулась, но краем. – Они все еще работают, и работают хорошо <...>. Следствие – Нам с нашей бережливостью (вспомните содержимое своих подвалов и гаражей) такое не грозит. – Соревнования типа «кто дальше бросит свой старый мобильник» ... как-то на наших просторах не прижились <...>. Следствие-тезис – Каждый народ силен своей мудростью.*

Основной тезис («Не спешите выбрасывать старые вещи») заявлен и в названии статьи. Данная статья аргументативна (7 аргументов). Несмотря на то, что автор приводит небольшое количество следствий, силу имеет аргументация и наличие следствия-тезиса («Каждый народ силен своей мудростью») – риторическое утверждение для обдумывания читателем. Обращают на себя внимание языковые средства: просторечия и архаизмы («одряхлевшая», «драндулету», «враз», «нешадно», «тачка прошлого» (жаргонизм)); образные средства языка: метафоры («подкидывает яркие примеры», делать вещи «на века») – для создания более яркого образа, сравнения); фразеологизмы: «в ногу со временем». Данная статья характеризуется разговорным стилем построения предложений: «если кто вдруг еще не знает»; «Нам с нашей» (эмфатическое употребление объектных и притяжательных местоимений – апелляция к читателю, автор – «свой», значит ему можно доверять).

В данном примере тезис («Не спешите выбрасывать старые вещи») является «стволом» аргументативного дерева, от которого идут ответвления в виде аргументов, приводимых автором, который конкретными иллюстративными примерами «показывает» читателю несостоятельность новомодных гаджетов (полицейский на «электрокаре Tesla» и нарушитель «на стареньком дизеле»).

Каждый из структурных компонентов аргументации (тезис, аргументы, следствие) имеет в медийном дискурсе определенную языковую специфику. Нераспространенный тезис аргументации в языковом плане может быть выражен утвердительными, отрицательными и вопросительными предложениями. Тезис-вопрос представлен в большинстве случаев риторическими вопросами. Более детальное описание доказываемого тезиса находит свое выражение в распространенном тезисе, который выражен в основном сложноподчиненными предложениями с придаточными определительными и обстоятельственными времени, места или причины.

Таким образом, представляя собой речевое воздействие на ментальную сферу реципиента, аргументация в медийном дискурсе печатных СМИ характеризуется наличием комплексных аргументативных схем, структурные компоненты которых (тезис, аргументы, следствие) имеют эксплицитно выраженную языковую специфику. Структурные и языковые средства обеспечивают интерактивность и контроль над восприятием сказанного и его пониманием.

Литература

1 Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 358 с.

2 Глыбин, В. В. Письменная и устная речь в свете биокогнитивного подхода / В. В. Глыбин // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности : сборник материалов XV Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. – Москва-Калуга : Эйдос. – 2006. – С. 71–76.

3 Воробьева, О. П. Реализация фактора адресата в художественном тексте в аспекте лингвокультурной традиции / О. П. Воробьева // Филологические науки. – 1992. – № 1. – С. 59–66.

4 Муковозчик, А. Не спешите расставаться со старыми добрыми вещами в угоду новомодным гаджетам / А. Муковозчик // СБ. Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – 2019. – 4 октября. – Режим доступа : <http://www.sb.by/articles/konflikt-epoch.html>. – Дата доступа : 10.10.2019.

УДК 37.091.33:811'243

М. В. Федянина

НЕСТАНДАРТНЫЙ УРОК КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Данная статья посвящена важности использования нестандартных форм урока для повышения результативности при обучении иностранному языку. В статье рассматриваются отличия нестандартного урока от классического, отмечается, что нестандартный урок способствует стимуляции мотивации, развивает творческие способности учащихся. В данной работе представлены примеры нестандартных уроков, благоприятно влияющих на эффективность обучения иностранному языку.

В данный момент времени английский язык все больше и больше приобретает статус международного языка. Он является большой и важной частью современной науки, образования, культуры, искусства, спорта и туризма. Абсолютно точно можно утверждать, что роль английского языка повышается с каждым днем.