

УДК 808.51

АРГУМЕНТИРУЮЩАЯ МОДАЛЬНОСТЬ В МАТЕРИАЛАХ СМИ**Есенова К.У.***Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы,
e-mail: kalbike_65@mail.ru*

Статья посвящена анализу аргументации в казахстанской СМИ. Дано определение структурным элементам аргументации. Раскрыта содержания понятия «аргументация». Процесс аргументации всегда предполагает предварительный анализ имеющегося фактического и теоретического материала, статистических обобщений, свидетельств очевидцев, научных данных. Аргументы – это сложное действие, где позиция одной стороны направлена на убеждение других, в результате которого происходит «развитие аргументов» и мнение, высказанное одной стороной, становится коллективным мнением. Отсюда следует, что логическая структура аргументации – это принципы построения сети, которое бы соединило конкретные высказывания и мнения. А прагматика обоснования рассматривает как воздействуют абстрактные аргументы на взаимоотношения между людьми и как они становятся истинными.

Ключевые слова: аргумент, тезис, демонстрация пресса, реципиент, ложная информация**ARGUES MODALITY OF MEDIA MATERIALS****Esenova K.U.***Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, e-mail: kalbike_65@mail.ru*

This article analyzes the arguments in the Kazakh media. The definition of the structural elements of the argument is given. The concept of «argument» is revealed. Reasoning process always involves a preliminary analysis of the available factual and theoretical material, statistical generalizations, eyewitness accounts, scientific data. Argument – is a complex operation, where the position of one side aimed at convincing others, as a result «the development of arguments» and the view expressed by one party, becomes the collective opinion. This implies that the logical argument structure – are the principles of building a network that would connect specific statements and opinions. A pragmatic study considers as affect abstract arguments on the relationship between human beings and how they become true.

Keywords: argument, thesis, demonstration of the press, the recipient, the false information

В жизни современного общества средства массовой информации играют значительную роль. СМИ открывают доступ к новым знаниям, знакомят с последними новостями, позволяют видеть ситуацию с различных сторон. Реализация этих функций возможна лишь при условии, если информации, которую предоставляет пресса, можно доверять. Как показывает исторический опыт СМИ, которые предоставляют неточную, ложную неаргументированную информацию, со временем теряют своего читателя, зрителя, слушателя и вымирают.

Цель исследования. Изучение особенностей аргументации в современной казахстанской прессе.

Материалы и методы исследования

Метод логико-семантического анализа текстов и методы теоретического исследования (анализ, сравнение, обобщение).

Аргумент с латинского «argumentum» – доводы, приводимые для подтверждения правильности или истинности суждения или же это означает «совокупность взаимосвязанных суждений». В ходе подтверждения какой-либо мысли аргумент (довод) становится его логическим обоснованием или предпосылкой. Истинность любой мысли должна доказана логически.

Основные части аргументации должны соответствовать следующим требованиям:

1) В доказательстве тезис должен быть составлен четко и ясно. Здесь не должны быть неясности, непонятных выражений и др.;

2) Аргументы, используемые в качестве предпосылок должны быть истинными или уже доказанными утверждениями. Так как истинность тезиса в определенной степени зависят от истинности и доказанности аргументов;

3) Способы аргументации должны отвечать всем требованиям правил логического умозаключения. Логически эти правила связывают аргументы с тезисом и поэтому нарушение этих правил могут привести к неправильному формулированию тезиса доказательства. В таком случае возникает противоречие между аргументами и тезисом доказательства, в результате чего, приводимые аргументы, могут быть необоснованными [1, 247-249].

Публицист должен писать свой материал убедительно и в тоже время правдиво, так как в публицистике «главным является аргумент».

Целью аргументации является обоснование тезиса доказательства, т.е. доказательство его достоверности, правильности и надежности. В действительности, приводя аргументы, публицист опирается на научно подтвержденные знания, на не подлежащие сомнению факты. Однако, на деле часто можно увидеть как в качестве аргументов используется ложная информация. Автор идет на такой шаг либо сознательно, либо причинами таких проблем являются недостаток знаний [2, 20].

Функции или же компоненты аргументации:

1. Факты;

2. Содержание основного защищаемого и, требуемого доказательства, утверждения;
3. Обоснование (показать истинность убеждения);
4. Обстоятельства, подтверждающие это обоснование (например, аргументы);
5. Сравнительная оценка аргументов;
6. Соглашение, которое заключает человек, чтобы убедить аудиторию.

К первой группе относятся те объекты или факты, которые служат основой для защиты высказываний. Основное высказывание считается истинным в том случае, если относительно него сделанные заключения не имеют такой силы, чтобы категорично опровергнуть его. Оценка силы аргументов указывает на категоричность или на слабость заключений (сравните: возможно, вероятно, разумеется, без всякого сомнения и др.) [3, 328].

Аргументы – это сложное действие, где позиция одной стороны направлена на убеждение других, в результате которого происходит «развитие аргументов» и мнение, высказанное одной стороной, становится коллективным мнением. Отсюда следует, что логическая структура аргументации – это принципы построения сети, которое бы соединило конкретные высказывания и мнения. А прагматика обоснования рассматривает как воздействуют абстрактные аргументы на взаимоотношения между людьми и как они становятся истинными. Таким образом, прагматика показывает, во-первых, обоснованность и уместность мыслей, во-вторых, уместность применения объекта аргументации в конкретных ситуациях. Например, уместность высказывания типа *«все так считают, доказано в науке, в результате нашего эксперимента»* зависит от темы дискуссии, уровня знаний его участников, от предыдущего высказывания, от деталей и убедительности адресата.

Автор газетного текста, чтобы донести основную мысль, учитывает психологию, когнитивное знание и социальный статус реципиента. Для этого подаваемый материал должен быть, по возможности, убедительным и обоснованным. Последнее требует от автора наличия высокого уровня культуры и высокого мастерства. Особенно важно, чтобы материалы политического характера были логичными и обоснованными. В логике, имеющей многовековую историю, сформировались законы мышления и способы воздействия на читателя с помощью слов. Эти способы используются в виде скрытого механизма и направлены на то, чтобы изменить взгляды реципиента. В связи с этим известно, исследование языковых средств убеждения привлекает внимание многих лингвистов [4].

Реципиент, если найдет рассуждения автора логичными, правильными и обоснованными, то согласится с заключением автора. В таком случае основная мысль статьи будет воспринята реципиентом как само собой разумеющееся и логически обоснованной. А это в свою очередь предполагает совершенное знание языка, владение искусством аргументации. Таким образом, автор статьи, чтобы материал выглядел обоснованным и убедительным, должен в совершенстве знать наиболее эффективные методы и средства суждения. В свою очередь это будет способствовать успешному проведению логических операций, которые называются аргументацией. Названные логические операции (аргументирование) состоят из трех тесно связанных между собой частей:

1. Суждения, истинность которого необходимо донести и доказать;

2. Факты, необходимые для доказательства этого суждения (они делятся на фактические и теоретические);

3. Логическая связь, которое указывает на соотношение между основным суждением и его аргументами, из которых состоит информация.

Первый элемент, являющийся основным в тезисе, может быть выражен и эксплицитно, и имплицитно в любой части статьи в виде различных синтаксических конструкции.

Второй элемент логических операций встречаются в виде цифр, фактов, выступлений известных личностей, картин, исторических сведений и др. Различают универсальные и контекстуальные способы убеждения аудитории. Первый применима к любой аудитории, а второй вид предназначен лишь для определенной аудитории. Так например, заключения, сделанные относительно политических событий, общественность примет сразу, безоговорочно, но чтобы убедить в этом историков, политологов необходим более глубокий анализ событий, необходимы больше конкретных фактов, обоснованных аргументов. Даже при таком раскладе одна группа политиков может согласиться с доводами, а другая группа может выразить несогласие и высказать противоположное мнение, считая приведенные аргументы недостаточными и необоснованными.

Среди методов аргументации в газетных текстах наиболее часто встречается именно контекстуальная аргументация. К контекстуальным способам аргументации относятся ссылка на традицию, на религию, обращение к мнениям авторитетных людей.

Например, в сообщениях по поводу праздников айт, ораза, жертвоприношения и других мероприятий, обычно приводят цитаты из Корана и изречения самого пророка и это вызывает доверие читателей и даже способствует выполнению требований, касающихся вышеуказанных мероприятий. Ведь каждый читатель, считающий себя мусульманином, не сомневается в словах Корана и в словах пророка, поэтому чтобы достичь намеченной цели очень важен выбор методов аргументации. Для того, чтобы передать свои мысли, а выводы сделать более убедительными и более впечатляющими, авторы статей часто при оценке событий апеллируют словами великих мыслителей «Как сказал Абай ..., Так говорил Толе би и др». Поэтому при доказательстве основной предпосылкой являюся аргументы. В соответствии с правилами логики, приводимые доводы должны быть достаточны для доказательства.

Результаты исследования и их обсуждение

Наиболее часто встречающиеся аргументации на страницах газет, можно разделить следующим образом:

1. Ссылка на мнение авторитетных людей – чтобы статья была более убедительной автор опирается на высказывания великих ученых, общественных деятелей, знаменитых писателей и др. известных личностей. С одной стороны, такие ссылки уместны, но с другой стороны, они могут быть безосновательными, т.к. каждый че-

ловека – специалист только в определенной области. В связи с чем использование его высказывания во всех других сферах общественной жизни может быть неправильным, а его мнения и взгляды не всегда точными и достоверными. Поэтому мнение одного определенного деятеля в действительности не может быть истиной. Автор, по устоявшейся в обществе традиции, также часто апеллирует к мнению оппозиции и даже на свой авторитет. Кроме того, чтобы обосновать свое мнение авторы используют имена наиболее известных личностей заочно, без их ведома [4, 18].

Ссылки на авторитеты не всегда верны, ведь автор «вырывает» кусок из его высказываний, использует его без изменений как цитату и, сохраняя основную мысль, информирует читателя, или же отмечает совпадения его мнения с мнениями известных людей. И это тоже различные способы убеждения. Ф. Жаксыбаева, рассматривавшая прагматические функции газетных статей, относит вышеназванные виды убеждения к разновидностям языковой тактики, используемых в газете. Автор рассматривает три вида языковой тактики: 1. Ссылка на авторитет; 2. Интимизация (считать своим) коммуникантов; 3. Противопоставление фактов [5, 18].

2. Аргументация на справедливость. Справедливость – понятие, утвердившееся в сознание людей с незапамятных времен и обозначает благое намерение. Где бы ни жил человек, чем бы он не занимался человек старается быть справедливым – это качество заложено в природе человека. Особенно при оценке политических событий, которое происходят в обществе, народ старается давать объективную, справедливую оценку. Например, война, развязанная США против Ирака вызвало негодование всего народа земного шара. Эта война была признана несправедливой и по этому поводу во многих странах прошли демонстрации. Поэтому общим для всех статей, которые были изданы во всем мире, стали аргументы, призванные для доказательства несправедливости этой войны.

3. Аргументация знаниями – вид аргументов, которые основаны на знаниях. Знание – это результат познания, опыта. Роль знания в жизни общества огромна, с его помощью можно изменить или же воздействовать на окружающую среду. Большую роль знание играет и в социально-политической жизни общества. Апеллирование знаниями известного общественного деятеля будет способствовать росту к нему доверия. А использование научных доказательств при сообщении о каком-либо событии, де-

лает это сообщение более убедительным. Поэтому при подготовке материала автор должен познакомиться с научными исследованиями по излагаемой теме, цитировать и делать ссылки на авторитетные источники, подкреплять его доказательствами, что, безусловно, сделает данное сообщение более обоснованным и не вызовет никаких сомнений.

Археологтардың деректеріне үңілсек, шарикті қаламның тарихы әріде жатқанға ұқсайды (Егемен Қазақстан, 30 маусым, 2004) *(По данным археологов, история шариковых ручек началось давно)*

Алғашқы ғылыми еңбектерде келтірілгендей, темір-бетон шпалдары пайдалану мерзімі 50 жыл деп белгіленсе, дюбельді темір-бетон шпалдар 10 жыл өтпей түгел істен шыға бастады (Егемен Қазақстан, 19 мамыр, 2004). *(Как было сказано ранее в научных трудах, срок службы железобетонных шпал 50 лет, а дюбельные железобетонные шпалы выходят из строя менее чем за 10 лет).*

Бас қосуға қатысқан түрлі сала мамандары осындай оқиғалардың орын алуына талдаулар жасай келіп, олардың себепсалдарын анықтауға тырысты (Егемен Қазақстан, 17 ақпан, 2004). *(Собравшиеся специалисты из различных областей, проанализировав эти случаи, постарались раскрыть их причинно-следственные связи).*

Хирургтардың айтуынша, қазір лазермен көз ауруының барлық патологиясы емделеді екен (Егемен Қазақстан, 20 ақпан, 2006). *(По словам хирургов, с помощью лазера можно вылечить любую болезнь глаза).*

4. Чтобы опровергнуть какое-нибудь утверждение в доказательство можно сказать, что по этому поводу ранее не было никаких авторитетных высказываний, что ни одна газета никогда не поднимал этот вопрос и даже то, что этот вопрос никогда не исследовался учеными – это тоже является одним из методов аргументирования. Обычно такие высказывания передаются выражениями о заманда, бұ заман (и раньше и сейчас), мұндайды қайдан көрдіңіз (где вы такое видели), құлағым естіп көрмеңгі (такое никогда слышал), мұндай дәстүр жеті атамызда болмаған (такой традиций не было у наших предков).

5. Аргументация к современным средствам коммуникации является одним из действенных методов. Особенно глобальная сеть интернета и электронные средства информации признаны самостоятельной силой и имеют огромное значение в управлении жизнью социума. При обсуждении проблем информация, взятая из интернета и которую автор приводит в качестве примера, лишней раз подтверждают это. И это

говорит о том, что человечество поднялось на новую ступень развития. Аргументы, высказываемые автором статьи, могут меняться и видоизменяться в зависимости от образования, от его квалификации, жизненного опыта, собранных материалов, в зависимости от рассматриваемой темы и др.

Заключение

Таким образом, подведение итогов с использованием аргументов в ходе доказательства утверждений соответствует формам умозаключения, используемые в логике: от общего к частному (метод дедукции), от частного к общему (метод индукций), умозаключения по сходству отдельных событий и явлений (законы аналогий). Рассмотрение вышеуказанных суждений в рамках газетных статей имеет огромное значение, т.к. это дает возможность обосновать с помощью различных аргументов научную, идеологическую, а также политическую и др. позиции автора. Эти доводы играют важную фундаментальную роль при аргументации. Таким образом, аргументация, основанная на доводах, образует аргументационное поле, имеющее свою специфику. Метод аргументации, осуществляемая с помощью тщательно подобранных языковых единиц, являются искусством аргументации, образующих прагматические параметры. Он указывает на сложное соотношение между высказываниями говорящего, контекстом и текстом. В журналистике ценится наличие конкретных, взятых из жизни фактов, их точность, своевременность, информационная скорость, быстрота в работе [6, 413].

И в заключение хочется отметить, что главной целью газетных текстов является убеждение своего читателя в правдивости высказываемого, при этом роль аргументов как способа логического мышления огромна.

Таким образом, относительно вышеназванных проблем можно сделать следующее заключение:

1. Искусство аргументации в газетных текстах, используемое для обоснования вы-

двинутого мнения, можно назвать механизмом аргументации.

2. Необходимо, чтобы события, освещенные в газетных материалах, были обоснованными. В связи с этим аргументация, которая является сложной логической операцией, состоит из трех тесно связанных между собой частей: заключения, которая составляет основу текста, факты, необходимые для доказательства и их логическая связь.

3. Тезис, истина которого доказывается с помощью аргументов, может быть выражен и в эксплицитной, и в имплицитной формах.

4. Высказывания, которое нужно доказать, состоит из трех частей: тезиса (заключение), аргументации, способа убеждения.

5. Способы аргументации в газетных статьях делятся на универсальные и контекстуальные. Универсальные способы аргументации применима в любой аудитории, контекстуальный способ направлен на определенную группу слушателей.

6. Наиболее часто встречающиеся виды аргументации на страницах газет: ссылка на мнения авторитетных людей, ссылка к знаниям, ссылка на веру, ссылка на недостаточность сведений или на их отсутствие, ссылка на интернет и электронные средства информации.

Список литературы

1. Рузавин Г.И. Логика и аргументация. – М., 1997. – С. 350.
2. Тертычный А.А. Природа ценностно – нормативных аргументов в публицистике // Вестник Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1979. № 4.
3. Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // Известия Акад.наук СССР. Серия литературы и языка. Том 41, № 4. 1982.
4. Краткий словарь по логике. – М., 1991. – С. 207.
5. Жаксыбаева З. Қазақ мәтінінің прагматикалық функциясы. Филол. ғыл.анд... авторефераты. – А., 1992.
6. Әлімжанұлы Д. Бұқаралық ақпарат құралдары және қазіргі қазақ тілі // Мемлекеттік тіл: терминология, іс-қағаздары мен бұқаралық ақпарат құралдарының тілі. – Астана, 1999. 411-416 бб.