



Зарубина Татьяна Александровна

старший преподаватель,
кафедра журналистики и экономики СМИ,
Байкальский государственный университет экономики и права,
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: newspaper@isea.ru

Zarubina Tatyana Aleksandrovna

Senior Teacher,
Chair of journalism and economy of mass media, Baikal State
University of Economy and Law,
664003, Irkutsk, Lenin street, 11, e-mail: newspaper@isea.ru

СПОСОБЫ АРГУМЕНТАЦИИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

В статье рассматриваются способы аргументации в публицистическом тексте. Утверждается, что основательность аргументации — главное условие для журналистских обобщений, выводов и рекомендаций, которые, в свою очередь, являются основой влияния на аудиторию.

Ключевые слова: аргументы, аналогия, публицистика, текст.

MODE OF ARGUMENTATION IN PUBLICISTIC TEXTS

The article discusses ways of reasoning in a journalistic text. Argues that the solidity of reasoning — the main condition for journalistic generalizations, conclusions and recommendations, which, in turn, are the basis of impact on the audience.

Keywords: arguments, analogy, publicize, text.

Одно из основных условий успеха публицистического текста, его эффективности — основательность аргументации. Аргументы составляют основание для обобщений, выводов, рекомендаций.

Аргументация имеет в публицистике различное приложение. В одних случаях она сводится к *исходной посылке*: используя определенное положение теории, автор в дальнейшем в его свете анализирует материал опыта, разрабатывает необходимые практические выводы. В других случаях положения из той или иной области теоретических знаний органически входят в статью, корреспонденцию, дета-

лизируются в ходе анализа и, наконец, отражаются в частных и общих выводах.

Аргументы в массе своей вырабатываются в процессе непосредственного анализа. Можно сказать так: анализ — процесс, аргумент — его следствие. Данные анализа, постепенно осмысливаемые в ходе изучения объекта, играют в тексте роль доказательств, аргументов. Но естественно, этот опытный материал — факты, цифры, различные данные — претерпевает определенную переработку: цифры суммируются, факты по известному признаку группируются, иные отсеиваются как несущественные и т.д.

Аргументация данными — фактами, цифрами — разнохарактерна. Ее можно свести к трем основным видам:

1. Аргументация на основе анализа отдельных ситуаций, фактов (например, в репортаже, корреспонденции).

2. Аргументация на основе анализа обобщенных данных (в статье).

3. Аргументация на основе анализа конкретных данных, полученных в процессе непосредственного изучения явления, и данных, привнесенных, почерпнутых в тех или иных источниках (метод, используемый, например, в статье, нередко — в корреспонденции).

Следует пояснить обстоятельства, которые делают необходимой аргументацию третьего вида. В ряде случаев аргументов, накопленных в процессе непосредственного анализа, недостаточно для обоснования вывода определенного масштаба, поскольку опыт всегда не закончен, он представляет собой процесс, который дает толчок для постановки проблемы, т.е. предполагает обобщение широкого значения, большой социальной емкости. Изучение опыта в небольшом масштабе в этом случае играет роль отправного момента. Переходя к обобщениям, автор учитывает аналогичные явления, изученные ранее. В качестве аргументов он привлекает данные статистики, материалы конкретно-социологических исследований, относящиеся к делу заключения, сделанные специалистами, и т.д. Совокупность данных дает основание для расширения границ умозаключений. В результате аргументы, накопленные авторами при непосредственном анализе опыта, будут дополнены готовыми доказательствами, добытыми из различных источников. Так создается основание

для широких обобщений, для постановки проблемы.

Когда публицистический текст строится на обобщенных данных, приводимые наряду с ними факты играют роль иллюстраций. Так иллюстрация, конкретизируя обобщение, несомненно, увеличивает силу воздействия выступления на читателя, активизирует его логико-эмоциональное восприятие, содействует повышению степени убедительности слова журналиста.

Нередко обобщения в статье, постановочной корреспонденции аргументируются общими положениями, а конкретный материал играет роль иллюстраций к ним.

Существует еще один из способов аргументации, расширения основания доказательств — аналогия. Аналогия тем надежнее служит аргументом, чем значительнее факт, явление, событие, с которым соотносится данное, непосредственно изучаемое явление.

Историческая аналогия — сопоставление рассматриваемого предмета со сходным по всей совокупности признаков или по некоторым из них, давно и хорошо известным, — приобретает силу доказательности.

Распространенным видом аргументации является аналогия на основе сопоставления объектов в одном временном измерении. Аналогия как средство аргументации широко используется в публицистике в процессе анализа ряда жизненных событий, явлений, объективных условий, причин и следствий. Такая аналогия сообщает публицистическому выступлению убедительность и усиливает его в эмоциональном отношении.

Аналогию можно разделить на несколько видов.

1. Аналогия на основе сходства по ряду основополагающих призна-

ков субъектов публицистического произведения. Такого рода аналогия играет роль аргумента, когда сопоставляется образ действий двух людей, двух коллективов.

2. Аналогия на основе сходства объектов исследования, условий, в которых протекает определенная деятельность.

3. Аналогия на основе сходства методов работы. Средством аргументации является и противопоставление, основанное на тех же признаках, что и аналогия.

В качестве аргументов часто используется психологическая характеристика поведения, ситуации, результатов поступков, деятельности. Психологическая аргументация находит свое применение не только в очерке, фельетоне, но и в других жанровых формах. Например, в статьях и корреспонденциях на моральные темы, когда необходимо объяснить поведение личности, коллектива, доказать, что причины поступков именно таковы. Психологическое объяснение превращается в серьезный аргумент, если оно убедительно, если схватывает существенное.

Психологическая характеристика в качестве аргумента может быть:

1. *Общетеоретической.* Например, доказывая необходимость перестроить учебный процесс в школе, авторы опираются на данные психологии, свидетельствующие, что при тех или иных условиях усвояемость учебного материала выше, что психологическая установка учащегося зависит от тех или иных факторов.

2. *Локальной.* Автор, исходя из фактов, характеризующих поведение, поступки человека, дает им психологическую оценку. Он учитывает особенности индивидуальности, конкретных условий жизни, влияния микросреды, проясняя побудитель-

ные мотивы поведения, изучая определенную совокупность признаков локального характера.

Психологическая оценка порой ложится в основание вывода.

Нередко автор выдвигает умозаключения, рекомендации широкого значения на основе аргументации, не отвечающей масштабам обобщений. Такие выступления естественны, если автор формулирует свои выводы именно как мнение, ясно говоря о том, что таковы его предположения, представления, которые он и выносит на суд общественности.

В журналистской практике часто встречаются публикации, содержащие широкие обобщения при ограниченности аргументации. И как следствие может оказаться так, что в зрелой, результативной публицистической работе, содержащей важные обобщения, выводы, фактическая аргументация оказывается относительно узкой, избирательной, а теоретическое обоснование едва намечено или вообще отсутствует. Да, в публицистике формула «я полагаю» — ее закономерный, органический элемент. Отказаться от нее означает, в частности, отказаться от полемики, дискуссий по насущным вопросам экономики, политики, культуры, морали и т.д., но при этом не следует забывать про весомую аргументацию.

Вывод широкого масштаба, основанный на жизненном опыте личности играет существенную роль в публицистике, в конечном счете — в общественно-политической жизни государства, являясь формой участия в обсуждении, например, проектов законов, правительственных документов.

Нередко в газетах и Интернете высказывается мнение о необходимости внести уточнения в то или иное действующее положение закона в

интересах общества. Например, в СМИ сейчас, после трагической гибели на остановке общественного транспорта семи человек, обсуждается вопрос об ужесточении наказания за езду в пьяном виде.

Публицистика — область непрерывного поиска наиболее целесообразного решения задач, выдвигаемых потребностями жизни. Не всякую проблему, естественно, можно разрешить мгновенно, не на всякий вопрос можно ответить односложно. Поэтому и анализ, и обобщения, рекомендации в любой сфере представляют немалую трудность для журналиста-публициста.

Анализ конкретных ситуаций и обобщенных данных, относящихся к области проблематики, нередко приводит авторов к различным выводам-обобщениям — к дискуссии, которая полезна тем, что выявляет различные стороны явления, составляющего предмет обсуждения.

Публицистика, как уже отмечалось, формирует общественное мнение, целенаправленно отражая его. И обобщения, основанные на неполных аргументах, также представляют несомненный интерес, играют полезную роль как постановка актуального вопроса, как момент в процессе поиска верного решения проблемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вахонин А.Е. Глава 3. Способы аргументации: обоснование и критика. URL: http://pravo.vuzlib.net/book_z1448_page_55.html.
2. Ивин А.А. Основы теории аргументации. М., 1997.
3. Способы аргументации. URL: <http://revolution.allbest.ru//philosophy/00072486.html>.