

ТАКТИКА АРГУМЕНТАЦИИ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

М. П. Толкачева (ГТУ имени Ф. Скорины)
Науч. рук. *Е. В. Сажина*,
канд. филол. наук, доцент

Опираясь на многочисленные исследования дискурса, 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. 32].

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.

Так, на примере статьи из газеты «Советская Беларусь» *«Не спешите расставаться со старыми добрыми вещами в угоду новомодным гаджетам»*, посвященной проблеме современных устройств и выбрасыванию старых вещей, можно встретить следующие примеры аргументации.

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 (*«Однако все не так просто: нынешний «конь» – он не железный, он из жести»*). Обобщение-тезис: *«Каждый народ силен своей мудростью»* (риторическое утверждение для обдумывания читателем).

Употребление такого аргументативного блока направлено на убеждение читателей в том, что «новомодные гаджеты» не сравнятся с вещами «на века», которые люди умели делать раньше.

В основном, данная тактика используется в начале и середине статей, усиливая воздействие на читателя, а также она может реализовываться посредством употребления разнообразных языковых средств и стилистических приемов.

Литература

1. Желтухина, М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М. Р. Желтухина. – Москва; Волгоград: ВФ МУПК, 2003. – 339 с.