Тертычный Александр Алексеевич, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e -mail: tertaa@yandex.ru

МОДЕЛИ АРГУМЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

В статье автор анализирует содержание понятия «аргументация в журналистике». Он также рассматривает основные модели аргументации в современных медиатекстах, представляющих журналистику мнений, аналитическую, расследовательскую журналистику. Исследуются также условия эффективности аргументации, применяемой в медиатекстах.

Ключевые слова: *аргументация в журналистике, современные медиатексты, базовые модели аргументации, условия эффективности аргументации*

Alexander A. Tertychniy, Doctor in Philology, Professor at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e -mail: tertaa@yandex.ru

MODELS OF REASONING IN MODERN MEDIA TEXTS

The author analyzes the concept of «reasoning in journalism.» It also examines the basic model of argumentation in modern media texts, representing opinion journalism, analytical, investigative journalism. We investigate the conditions of efficiency of the argument used in media texts.

Key words: *reasoning in journalism, modern media texts, basic model of argumentation, conditions of efficiency of the argument.*

1. Характер аргументации в журналистике

Исследователи современных массовых коммуникаций указывают на возрастание интереса аудитории к журналистике мнений[1], на возможность грядущего ренессанса качественных СМИ[2]. Ядром же качественной журналистики выступает аналитика, публицистика, предполагающие доказательную интерпретацию свершающихся в обществе событий, процессов, ситуаций. Соответственно, должно возрастать мастерство журналистов, их умение обосновывать те или иные положения, идеи, убеждать аудиторию в их правильности, достоверности. Иначе говоря, как и любым публичным деятелям, им необходимо, **владеть искусством аргументации** (доказательного рассуждения), знать ее особенности и возможности (Абрамов, 1912; Ивин, 2002; Рузавин, 1997).

Напомним, что аргументация в журналистике обладает рядом характерных черт, в известной степени, отличающих ее, например, от аргументации в науке. **Важной стороной журналистской аргументации можно считать то, что целью ее является не поиск истины как таковой, объективной истины (что присуще научной аргументации), а поиск истины в пределах позиции автора** (Muller, 1996: 12–19). То есть, журналист обычно принимает во внимание прежде всего то, что подтверждает эту позицию, ищет истину лишь в ее в границах, а то, что с ней не согласуется, часто отбрасывает, как, якобы, ложное.

Примечательный пример подобного рода содержит одна из телепередач на телеканале «Россия 1», под названием: «Исторический процесс. Государство и частная жизнь»[3]. В этой передаче приняли участие два известных журналиста – Николай Сванидзе и Дмитрий Киселев. Передача была посвящена проекту закона о запрещении пропаганды гомосексуализма в России, который тогда обсуждала Государственная дума. По мнению Дмитрия Киселева, принятие подобного закона было исключительно важным для нашей страны, поскольку отсутствие его усиливало опасность растления детей всевозможными извращенцами, и несло угрозу разрушения самоидентичности России, насаждения ряда чуждых ей традиций и обычаев, существующих в некоторых западных странах. По мнению же Николая Сванидзе, данный закон принимать было нельзя, как угрожающий свободе и демократии. При этом, в качестве одного из доводов в пользу своей позиции (того, что закон принимать нельзя), журналист назвал то, что ему, якобы, как и многим другим, не понятно, что означает слово «пропаганда», которое являлось одним из краеугольных понятий законопроекта. Однако, в реальности, суть феномена, обозначаемого как «пропаганда», хорошо изучена современной наукой, ей посвящено множество книг как отечественных, так и зарубежных авторов (Брайтан, 2004: 335–351; Doob, 1935; Casey, 1960: 25–79; Фатеев, 1974). Сама пропаганда как деятельность по распространению тем или иным путем знаний фактологического или оценочного планов о самых разных феноменах, из разных сфер социальной жизни (религиозная пропаганда, политическая пропаганда, научная пропаганда, медицинская пропаганда, спортивная пропаганда и пр.), существует не одно столетие. Пропагандой, в частности, занимались и многие журналисты, работавшие в советской прессе, занимаются они ею и сегодня. То же самое можно сказать и о зарубеж-

ных журналистах. Поэтому, поверить в то, что профессиональный журналист не знает, что такое «пропаганда», вряд ли можно. Намного легче поверить в то, что он пытался обосновать свою позицию любым путем, используя при этом, в частности, и аргументы, определяемые логикой доказательного рассуждения как негодные (Toulmin, 1964).

Изначальный, «от природы» присущий журналистике характер аргументации, обоснования выдвигаемых тезисных положений, отражающий ее нацеленность **не на поиск некой объективной истины, а на подтверждение позиции автора, которую он считает истинной**, учитывается и законодательством, в связи с чем, в ст. 49 Закона о СМИ указано, что автор журналистского выступления обязан «проверять достоверность сообщаемой им информации»[4], но не написано, что он «должен доказать» ее достоверность. В юридическом отношении данные формулировки обладают значительным различием. Именно оно дает журналисту возможность рассчитывать на снисходительность со стороны закона, в том случае, если он применял для оправдания своей позиции, принятой им в качестве истинной, те или иные аргументы, которые ему представляются достоверными (например потому, что были взяты из «достоверных источников»), но достичь полной объективности информации не смог, что связано, кроме всего прочего, с ограниченными познавательными возможностями человека (Янская, Кардин, 1981: 7–53).

На наш взгляд, рассуждение об особенностях и возможностях аргументации в журналистике может быть наиболее продуктивным, если оно проводится на уровне медиатекстов. Имея в виду то, что существуют различные толкования сути медиатекста, учитывающие технологии его производства (Bell, 1996: 3), каналы распространения, воздействие форматов изданий и пр., заметим, что, в данном случае, под медиатекстами мы понимаем публикации, создаваемые журналистами (хотя понятие «медиатекст» нередко распространяется на рекламные, «пиаровские» и другие публикации в СМИ). Причем, у нас речь идет не об информационно-новостных текстах (они, разумеется, тоже относятся к медиатекстам, но в них доказательное рассуждение «не предусмотрено»), а о текстах аналитических, публицистических, интерпретирующих отображаемую действительность.

2. Основные модели аргументации в медиатекстах

Одним из направлений изучения особенностей доказательного рассуждения в журналистике может стать пока не привлекавшее внимание исследователей изучение возможностей, присущих разным медиатекстам, устойчивых (базовых) моделей аргументации. Понятие «модель» является достаточно известным, оно используется как в теории, так и в практике журналистики (Дускаева, 2003, Тулупов, 2010: 17–138; Лазутина, 2011: 34–43). Это понятие выступает как отображение совокупности неких устойчивых черт, повторяющихся в каждом из явлений, образующих определенную группу. Сложившись однажды, представление о такой совокупности выступает в дальнейшем как ориентир, как модель построения доказательных рассуждений при подготовке разных медиатекстов. Понятие «модель аргументации» предполагает, прежде всего, определенную взаимосвязь таких составляющих:

1) характер обосновываемого главного тезиса (главной мысли произведения);

2) типы аргументов (оснований доказательства; доводов), используемых для подтверждения главного тезиса публикации;

3) совокупность методов аргументации (методов обоснования главной мысли выступления, т. е., методов демонстрации).

Наблюдения за практикой доказательных рассуждений в современных медиатекстах позволяют предположить, что существуют **четыре основные модели аргументации**, связанные с характером главных познавательных задач, которые диктуются потребностями человека и опираются на закономерности познания мира, выступающие как необходимость: 1) установление реальности чего-либо; 2) установление значимости чего-либо; 3) установление возможности чего-либо; 4) установление необходимости чего-либо (Алексеев, 1991: 7–87; Ивлев, 2004: 49).

Первую модель аргументации, осуществляемую в рамках задачи обоснования утверждений о существовании какого-либо феномена (факта, события, действия, причинно-следственной связи и пр.), условно можно назвать «**фактологической».** Обращение к такой модели аргументации может стать задачей журналиста в том случае, если какой-то факт преднамеренно скрывается от общества, или по какой-то другой причине оказался недоступным, недостаточно известным, неопределенным для него. Точность установления неизвестных (новых) фактов, как это доказано

человеческой практикой, обеспечивается, прежде всего, опорой на уже признанные в качестве достоверных другие факты (фактологические аргументы), **включенные в закономерную цепочку, одним из звеньев которой выступает и интересующий журналиста феномен.** Фактологические аргументы представляют собой:

- факты собственных наблюдений и экспериментов автора;
- свидетельские показания;
- очевидные (общеизвестные) факты;
- документальные данные;
- научные факты.

Причем, все они должны быть получены из надежных источников (Houston, Bruzzese, Weinberg, 2002: 35–55).

Любой из названных фактов может быть признан аргументом лишь в том случае, если он способствует установлению существования какого-то значимого для автора феномена (события, процесса, ситуации и пр.). Активное использование в пределах первой модели типов аргументов, способных помочь автору добиться максимальной достоверности выводов о существовании какого-либо явления, объясняется прежде всего тем, что применяется эта модель в таких текстах, которые называются расследовательскими или аналитическими. А это значит, что данные публикации могут быть связаны с анализом, расследованием каких-то действий, событий, в том числе предосудительных, которые дискредитируют неких людей, могущих искать защиту в суде. Поэтому данные тексты обеспечиваются такой аргументацией, которая по своему характеру должна в максимальной мере соответствовать требованиям юридически значимых доводов (Треушников, 1997).

Осуществляя доказательство существования какого-либо явления, авторы могут применять весь арсенал логических методов. Это, прежде всего, – методы индуктивного умозаключения (в том числе – математической, то есть, полной индукции, когда обобщающий вывод опирается на всю совокупность фактов, относящихся к предмету расследования), а также – методы дедуктивного умозаключения, опирающиеся на истинность общезначимых знаний для того или иного круга явлений. Активно используются в доказательных рассуждениях в рамках рассматриваемой модели аргументации и традуктивные методы, то есть, методы аналогии и сравнения (хотя в логическом обосновании они часто играют вспомогательную роль).

Характер **второй модели аргументации**, которую условно можно назвать «**оценочной»,** определяется задачей оценки, установления ценности (значимости) каких-либо явлений для общества, социальной группы и пр. Напомним, что, в отличие от фактологического суждения (факта), отражающего наличие какого-то явления, оценка выражает отношение человека (социальной группы, общества) к таким явлениям. Оценочные суждения, выступающие в медиатекстах доказываемыми положениями (тезисами) или выводами, могут быть разделены по разным основаниям на несколько типов. Наиболее значимыми из этих типов являются описанные известным философом, логиком, профессором А.А. Ивиным в его монографии «Логика оценок», так называемые «внутренние» и «внешние» оценки (Ивин, 1970: 3–89). При этом, «внутренней» называется оценка того или иного предмета, с точки зрения степени близости его в ряду подобных ему феноменов к идеалу предметов данного рода. «Внешней» называется оценка какого-то предмета в качестве инструмента достижения внешней по отношению к этому предмету цели. Обоснование «внутренней» оценки, то есть аргументация, позволяющая установить, насколько он близок к идеалу предметов данного рода, является прерогативой публикаций, освещающих, в первую очередь, сферы искусства, музыки, кино, театра и т.п. Создание основания для «внешней» (инструментальной) оценки, становится первостепенной задачей аргументатора в текстах, освещающих такие области социальной деятельности, как политика, экономика, промышленность, финансы, то есть, так называемые «практические сферы» жизни общества.

В текстах, имеющих в качестве доказываемого положения оценочное суждение, обычно содержатся факты, которые часто называют аргументами в пользу оценочного тезиса. Как и факты, применяемые в качестве аргументов в «фактологической» модели, факты, используемые в «оценочной» модели аргументации, могут быть получены из разных источников. Однако они обладают одной отличительной особенностью, а именно тем, что всегда представляют собой отображение тех или иных свойств оцениваемого явления. Почему? Дело в том, что обосновываемая оценка всегда есть результат соотнесения качеств (характеристик) оцениваемого явления с определенными критериями (нормами, образцами, эталонами, стандартами, потребностями личности, социальной группы, общества и т.д.). Именно поэтому в данном случае в тексте и

должен, прежде всего, устанавливаться факт существования определенных качеств (характеристик) предмета оценки. Нередко подобное установление фактов, отражающих качества предмета оценки, сопровождается дополнительными доказательными рассуждениями, в ходе которых используются свои аргументы. Затем в тексте могут быть указаны критерии, с которыми соотносятся обнаруженные качества предмета (хотя, чаще всего выявляются лишь характеристики предмета оценки, а критерии подразумеваются как хорошо известные аудитории, что отнюдь не всегда оправдывается). Из сказанного следует, что оценочный тезис непосредственно из фактов не вытекает. Он вытекает из соответствия (несоответствия) фактов определенным критериям оценки, признаваемым аудиторией, то есть из других оценок (Тюлькина, 1992: 122–123).

Оценочный тезис в медиатекстах может обосновываться и без процедуры соотнесения фактов (качеств оцениваемого предмета) с критериями оценок. То есть, автор может использовать в качестве аргументов уже сформулированные кем-то оценки, если уверен, что они будут приняты аудиторией как достоверные. Такие качества обычно приписываются оценкам, выносимым экспертами, специалистами в конкретной сфере деятельности.

Анализ методов, применяемых в «оценочной» модели аргументации, показывает, что наиболее характерными, «лежащими на поверхности», для нее являются методы аналогии и сравнения (то есть, методы традукции). Однако, наряду с ними, в медиатекстах, в которых производится обоснование оценочного тезиса, можно увидеть и применение многих других познавательных методов. Они используются, прежде всего, с целью установления фактов, отображающих те или иные качества оцениваемых предметов (Гадамер, 1988: 27–86; Тертычный, 2011: 486–500)

Третья модель аргументации связана с необходимостью для автора обосновать предположение **о возможности** какого-либо явления. Такая модель может быть условно обозначена как **«гипотетическая».** При этом может обосновываться мысль о возможности явлений то ли в прошлом, то ли в настоящем, то ли в будущем (Brendel, Grobe, 1976: 123–165). «Гипотетическая» модель аргументации, по нашим наблюдениям, чаще всего реализуется журналистами в их рассуждениях о будущем (в прогнозах развития явлений). При этом аргументация может оказаться вполне основательной и приемлемой. Необходимым в данной модели вы-

ступает метод установления журналистом **причинно-следственной связи между существующими фактами, из которой вытекает (не вытекает) возможность некоего, пока не существующего факта**. Прослеживая такую связь, он, как раз, может вполне уверенно рассуждать о грядущих следствиях сегодняшних событий. Иначе говоря, находящиеся во взаимосвязи реальные факты будут выступать основаниями (аргументами) его прогностических утверждений (пример: «в этом году Россия вырастила хороший урожай зерна, значит в ближайшем будущем голод ей не угрожает» и т.д.). Допускается и движение по цепочке причинно-следственной связи от наличных событий не только в будущее, но и к скрытым от взора автора событиям настоящего или прошлого. Кроме этого, дополнительными методами аргументации в «гипотетической» модели могут выступать: а) экстраполяция (распространение) тенденций развития обсуждаемого феномена на прогнозируемый период; б) метод аналогии; в) метод ссылки на опыт получения желаемого результата; г) метод экспертных предположений специалистов в соответствующей сфере деятельности.

Четвертая модель аргументации применяется в том случае, когда журналист ставит перед собой задачу обоснования **необходимости** (нужности) **чего-либо.** Такую модель условно можно назвать **«предписательной»**. Задача аргументатора в данном случае может иметь двоякий характер. То есть, он может обосновывать: 1) необходимость, изменения какой-либо ситуации, необходимость совершения каких-то поступков, действий; 2) необходимость отказа от изменения ситуаций, от совершения поступков, действий. Однако и в том и в другом случае обоснование требуемого выступает как некое предписание, план, программа, вариант действия (причем, они могут быть сформулированы и самим журналистом). При этом, осуществляемое аргументатором обоснование должно убедить аудиторию в том, что выполнение предлагаемых им мер неизбежно приведет к неким позитивным результатам.

Журналист может приводить аргументацию в пользу необходимости действий, поступков и пр., уже совершенных, или же совершаемых, или же тех, которые предполагается совершить в будущем. В данном случае также **должна быть выстроена причинно-следственная связь, но уже между желаемыми событиями и потребностями людей, которые такие события способны удовлетворить.** Кроме того, временно́й «маркер» подсказывает, какие еще дополнительные аргументы можно применить в том или ином случае. Так, если автор

оправдывает какие-то прошлые действия, поступки, решения, то **весомыми аргументами в пользу их необходимости будут реальные позитивные последствия предписанных действий** (факты). Если речь идет об обосновании (оправдании) необходимости каких-то действий, мер, поступков, совершаемых в настоящее время, то дополнительными аргументами будут как уже полученные **позитивные промежуточные их следствия** (факты), так и **предположения о последующих позитивных следствиях**. Если же речь идет о необходимости будущих действий, поступков, шагов, то в этом случае, основными аргументами автора будут некие **предположения об их возможных позитивных следствиях или ссылка на опыт реализации подобных «предписаний»** в каких-то других случаях.

3. Практика аргументации в рамках разных моделей: основные проблемы

Далее надо заметить, что знание автором сущности аргументации в журналистике, знание основных ее моделей отнюдь не всегда оказываются достаточными для успешного обоснования выдвигаемых им тезисов, формулируемых умозаключений. Важно еще и уметь на практике применять такое знание. К сожалению, такое умение демонстрируют далеко не все журналисты. Пример подобного рода содержит публикация «Как в Роскосмосе бороздят просторы коммерции»[5], представленная на антикоррупционном интернет-сайте ПАСМИ. В ней автор, пытаясь доказать факт коррупции в государственном учреждении Роскосмос, обращается к **«фактологической» модели аргументации** и в соответствии с ее требованием, стремится выстроить цепочку фактологических аргументов, доказывающих коррумпированность, прежде всего, одного из основных «героев» – бывшего руководителя этого учреждения Василия Циблиева:

«Василий Циблиев, бывший начальник, а сейчас советник начальника Центра подготовки космонавтов оказался замешан в нескольких скандалах: его дочь развернула производство минеральной воды в здании Дома космонавтов Звездного городка, в отношении его зятя возбуждено уголовное дело о мошенничестве, а сам Циблиев купил фирму зятя и продолжает его дело, являясь при этом советником руководителя Центра подготовки космонавтов.

***Циблиев Василий Васильевич**, летчик-космонавт, Герой России, генерал-лейтенант запаса, очень заслуженный человек. Указом*

Президента РФ от 9 сентября 2003 г. он был назначен на должность начальника РГНИИ «Центр подготовки космонавтов имени Ю.А. Гагарина». И с этого момента что-то пошло не так, как сказал бы диктор, комментирующий аварию ракеты «Протон-М» с тремя спутниками «Глонасс-М» на борту.

*Дочь Циблиева **Виктория Васильевна** почти сразу после назначения папы на должность зарегистрировала ООО «Вымпел-Кос» (производство минеральных вод). Адрес регистрации — Звездный городок, 90, Дом космонавтов. То есть дочь начальника государственного учреждения совершенно открыто занималась коммерческой деятельностью в здании, принадлежащем Российской Федерации и переданном в оперативное управление организации, возглавляемой папой. По информации, полученной ПАСМИ от источника в структурах безопасности Роскосмоса, именно эта коммерческая деятельность дочери на территории государственного учреждения стала причиной увольнения Василия Циблиева в 2009 г. А в марте 2010 за ненужностью было ликвидировано и ООО «Вымпел-Кос». По словам того же источника, только высокое звание Героя России спасло Василия Циблиева от уголовного преследования.*

*Жена Циблиева **Лариса Ивановна** также начала заниматься бизнесом с 2003 г., став соучредителем ООО «Ск Триада» и ООО «НДЦ — БОРОВИЧИ». А в феврале 2014 г. в отношении зятя Циблиева **Андрея Жлудко** было возбуждено уголовное дело о мошенничестве при продаже томографов фирме ООО «Медлайн». По информации, опубликованной в СМИ, сам Циблиев Василий Васильевич был допрошен по этому делу в качестве свидетеля. Заявление в полицию подал руководитель ООО «Медлайн» Николай Смольянов. ООО «Медлайн» по документам приобрело у Андрея Жлудко за 16 миллионов рублей томограф General Electric HD XT, но получило модель General Electric LX, которая стоит в 10 раз дешевле.*

При этом, в обмен на существенную скидку от начальной цены 31 октября 2012 г. Андрей Жлудко получил небольшую долю (13,4%) в уставном капитале ООО «Медлайн». После монтажа оборудование часто ломалось, и ООО «Медлайн» пришлось обратиться в арбитражный суд, чтобы получить ремонт по гарантии. Но только после окончания гарантийного срока и самостоятельного заказа запчастей на вновь сломавшийся томограф выяснилось, что заказанные запчасти не подходят, так как ООО «Медлайн» приобрело томограф совершенно другой модели по фальсифицированным документам.

После возбуждения уголовного дела свои доли в ООО «НДЦ-ВОЛХОВ» и ООО «НДЦ — СПБ» Андрей Жлудко продал тестю Василию Циблиеву, долю в ООО «НДЦ — ОРЕНБУРГ» продал своему родственнику Валерию Васильевичу Жлудко, а долю в ООО «ТОМОТРЕЙД» отдал своему деловому партнеру ***Илье Овчинникову.*** *По словам источника ПАСМИ, после возбуждения уголовного дела Андрей Жлудко также развелся с женой и передал ей большую часть совместно нажитого имущества. Связаться с Андреем Жлудко не удалось. Вероятно, такие действия Жлудко направлены на то, чтобы скрыть свое имущество от органов правосудия.*

В настоящее время генерал-лейтенант Циблиев является советником начальника ФГБУ РГНИИ Центр подготовки космонавтов имени Ю.А. Гагарина. При этом, по словам источника ПАСМИ, зарплата Циблиева составляет 800 тысяч рублей в месяц. На фоне миллионных зарплат остальных руководителей ФГБУ такое денежное поощрение не выглядит чем-то удивительным.

По своему Уставу ФГБУ РГНИИ Центр подготовки космонавтов имени Ю.А.Гагарина является бюджетным учреждением, но не все сотрудники Центра обязаны подавать декларацию о доходах. К таким сотрудникам относится и Василий Циблиев, месячный доход которого примерно равен годовому доходу чиновника руководящего уровня. При этом, как сообщили ПАСМИ в самом Центре, на Циблиева не распространяется запрет на осуществление коммерческой деятельности. Поэтому он совмещает работу советником в Центре подготовки космонавтов с предпринимательской деятельностью — является учредителем ООО «МедИнвест Групп», ООО МАКНЦ «СИРИУС», ООО «НДЦ-ВОЛХОВ», ООО «НДЦ — СПБ».

8 июня 2015 г. стали известны результаты проверки Роскосмоса Счетной палатой. В числе прочего проверкой установлено, что реконструкция и техническое перевооружение комплекса сооружений тренажерно-испытательной базы ФГБУ «НИИ ЦПК имени Ю.А. Гагарина» осуществлялось с грубыми нарушениями градостроительных и надзорных норм, фактически при отсутствии актуальной проектной и рабочей документации. На 1 января 2015 г. расходы федерального бюджета на реконструкцию уже составили почти 530 млн руб. Общая сумма финансовых нарушений Роскосмоса, выявленных Счетной палатой, — 92,9 млрд руб.

Сейчас любому очевидно, что космическая отрасль переживает глубокий системный кризис. Падающие один за другим спутники продемонстрировали очевидный факт — компетентность российских

космических специалистов и инженеров значительно снизилась. Более того, необходимость кадровой реформы космической отрасли была ярко продемонстрирована еще в 2012 г. главой Федерального космического агентства Владимиром ***Поповкиным,*** *который на банкете, проведенном на бюджетные деньги, устроил пьяную драку а-ля «сельская дискотека» и получил по голове стеклянной бутылкой. Так что или срочное продолжение кадровых чисток, или, на всякий случай, спутники до запуска надо снабжать оборудованием по изучению подводного мира. Чтоб хоть как-то пригодились, если снова упадут».* (Изложенные данные сопровождены в тексте фотокопиями соответствующих документов. – *А.Т.*).

Как видим, автор приводит множество фактов, что вроде бы должно сделать его аргументацию неопровержимой, поскольку именно факты, свидетельства, документы считаются наиболее сильными аргументами[6]. Однако нельзя забывать, что факты сами по себе отнюдь не всегда становятся аргументами. Об этом свидетельствует и анализируемый текст. Основная ошибка автора заключается в том, что не все факты, использованные им в качестве обличающих доводов, попадают в цель. Всерьез, в качестве приемлемого аргумента (если исходить из того, что автор разоблачает В. Цибилева), можно рассматривать факт разрешения Цибилевым своей дочери использовать государственное помещение в целях коммерции. Однако за этот проступок Цибилев уже был наказан семь лет назад и еще раз привлекать внимание читателей к данному факту вряд ли имело смысл. Что же касается всех остальных фактов, то они, включая и махинации зятя Циблева с томографами, возбуждение против него уголовного дела, с точки зрения сегодняшних законов, лично Циблева не касаются.

Кроме того, будучи предосудительными с моральной точки зрения, ряд фактов (например, занятие бизнесом жены Циблева или покупка им доли в бизнесе Жлудко, совершаются все-таки в рамках действующих в данный момент законов (а, как говорят, пусть закон плох, но это закон). Поэтому, с точки зрения закона, до решения суда по делу Жлудко (и возможно, других лиц), разговор о коррупции, якобы процветающей в Роскосмосе, является безосновательным. Хотя это не исключает того, что, в реальности, она там может быть. К сожалению, на данном этапе, **автору не удалось выстроить цепочку фактов, в которой был бы четко обозначен и факт коррупционного поведения** того же Циблева (кроме одного, за который он уже был наказан в прошлом).

Свои трудности кроются и в обосновании значимости (оценки) чего-либо. Рассмотрим пример использования **«оценочной» модели аргументации** в тексте «Учат в "Школе"», напечатанном в газете «Новые известия»[7]. Для ясности нашего рассуждения приводим текст в полном объеме, пронумеровав каждый его абзац**:**

1. «Спектакль можно смело рекомендовать всем, кто хочет провести приятный вечер в театре. Никаких глубокомысленных концепций и агрессивного осовременивания. Все строго по тексту и согласно традициям. Скучать не дают добрая фоменковская ирония и интересные интонационные решения. Ритмика хрестоматийного текста изменена, самым непредсказуемым образом работают паузы. Спектакль можно слушать от начала до конца и наслаждаться, ни разу не взглянув на сцену.

2. Режиссер и инициатор постановки Михаил Крылов, замечательный характерный артист и ученик Петра Фоменко. Стиль учителя освоен им досконально Крылов уже ставил в родном театре "Руслана и Людмилу". Это был удачный пример "Пушкина" не из учебника, живой и остроумный спектакль – праздник. "Школа жен" сделана в таком же ключе.

3. Действо стремительным потоком несется на зрителя, опьяняя его наивностью сюжетных коллизий и народной жизнерадостностью. Ощущение легкости – главная удача спектакля по мольеровской пьесе, проблематика которой, на первый взгляд, не актуальна. Господин Арнольд, называющий себя "де ла Сушем", панически боится женских измен. А поэтому, берет на воспитание девочку из деревни, держит ее взаперти, стараясь вырастить "правильную" жену, которая всего-то и должна уметь молиться, прясть и шить. Кому это сегодня может быть интересно, или хотя бы понятно? "Фоменки" прекрасно знают, что никому. Поэтому и играют совсем не в "кто кого перехитрил – влюбил- обманул", а .... в театр.

4. Веселятся, импровизируют, подшучивают над собой и над публикой. Актерствуют они так заразительно и с такой любовью, что зритель начинает верить в предложенные обстоятельства. Нелепость, даже фантастичность которых подчеркивают сценография и костюмы. Они здесь всех цветов радуги. Возлюбленный Агнессы Орас одет в костюм цвета фуксии, а служанка Арнольфа Жоржета – в подобие ядовито-зеленого халата. Очень важны детали – Агнесса носится по сцене или в кроссовках, или на пуантах, Арнольф в какой-то момент буквально оказывается с павлиньим хвостом.

5. Вера Строкова, сам Михаил Крылов, Елена Ворончихина, Дмитрий Захаров и остальные артисты с видимым удовольствием ныряют в текст (благо его здесь много, есть где развернуться), буквально высекая из него искры. Агнесса только притворяется дурочкой. Арнольф нелеп, но вызывает сочувствие. Орас – смешной фат, уверенный, что влюблен. Слуги Ален и Жоржета – пара безобидных хапуг, занятых исключительно собой и деньгами.

6. Яркая роль у Павла Яковлева – он играет друга главного героя, Кризальда Провидца – искусителя, понимающего цену любым правилам и запретам и добродушно посмеивающегося над всем и всеми сразу. Точно так же, как и сами "фоменки". Только дайте им повод восславить торжество театра, и они начнут обманываться в свое удовольствие и улыбаться тогда, когда все всерьез».

Главный тезис, представляющий собой оценку спектакля в целом, заключен в двух предложениях, входящих в первый абзац:

«Спектакль можно смело рекомендовать всем, кто хочет провести приятный вечер в театре... Спектакль можно слушать от начала до конца и наслаждаться, ни разу не взглянув на сцену».

Остальные пять абзацев представляют изложение оценочных суждений автора по поводу отдельных фактов (действий спектакля) и выступают аргументами в пользу основного тезиса. В данном случае автор демонстрирует типичный вариант обоснования тезиса в текстах рецензий. Однако разберемся что собственно обосновывает автор и насколько убедительна его аргументация для аудитории? Если считать, что суть тезиса – утверждение о том, что спектакль хорош, то, достаточно ли для того, чтобы аудитория приняла это утверждение в качестве общезначимого и достоверного, тех доводов, которые выступают авторскими оценками его отдельных сторон? Вряд ли. Ведь любая оценка есть соотношение качеств предмета с некими ее критериями. Однако, **общезначимых критериев оценки, в частности, спектаклей не существует, поэтому оценка их может быть только субъективной.** Хотя бывают наивные попытки добиться объективности общей оценки «шедевров», например за счет суммирования отдельных его оценок, ради чего, скажем, в Интернете создаются агрегаторы мнений, такие, как портал Metacritic (здесь из совокупности рецензий, выводят среднеарифметическую оценку), или портал «Критиканство» (здесь выявляют самых «мудрых» рецензентов). Тем не менее в ряде случаев рецензия может показаться ау-

дитории достоверной. Обычно это происходит, если она выносится не любым автором, а экспертом.

На экспертную оценку полагаются, чаще всего, в случаях, когда ошибка может повлечь для людей серьезные негативные последствия. Подобная практика существует, скажем, в деловых изданиях, например, в газете «Ведомости». Проведенный нами анализ опубликованных на сайте этой газеты тридцати текстов, посвященных оценке экономических проблем[8], показал, что в них в качестве главных аргументов выступают именно мнения экспертов. Причем число их может быть достаточно большим. Так, выяснилось, что:

- в 6-ти текстах были привлечены оценки 3-х экспертов;
- в 5-ти текстах были привлечены оценки 4-х экспертов;
- в 8-ми текстах были привлечены оценки 5-ти экспертов;
- в 4-х текстах были привлечены оценки 6-ти экспертов;
- в 3-х текстах были привлечены оценки 7-ми экспертов;
- в 1 тексте были привлечены оценки 9-ти экспертов;
- в1 тексте были привлечены оценки 10-ти экспертов;
- в 1 тексте были привлечены оценки 11- ти экспертов;
- в 1 тексте были привлечены оценки 14-ти экспертов.

Таким образом, каждый из рассмотренных текстов имеет свой собственный «набор» экспертных мнений специалистов, что, как предполагается, способствует сбалансированной оценке анализируемых в каждом из текстов проблем. Однако надо помнить, что у любого эксперта могут быть свои интересы, что неизменно сказывается и на его оценках. Это понимает и аудитория, в результате чего не всегда считается с предлагаемыми мнениями, в том числе и экспертов названной газеты. Об этом говорят, например, результаты социологического опроса: «если посмотреть на те проблемы, которые волнуют людей прежде всего, на их политические предпочтения – они явно отличаются от позиции среднего эксперта газеты «Ведомости». Что очень обижает газету «Ведомости»[9]. Однако это относится не только к данному изданию. **Возможное недоверие аудитории к экспертным оценкам – одна из значимых проблем, сопровождающих оценочную аргументацию в СМИ в целом.**

Что касается аргументации в пользу чего-либо возможного (третьей **«гипотетической» модели аргументации**), то здесь, кроме уже отмеченных преград на пути к истине, возникает еще и такая трудность, как невозможность учесть в полной мере факторы, взаимодействие которых может порождать то или иное явление. Это

наиболее заметно, когда автор обосновывает, например, возможность какого-то феномена в будущем, ссылаясь при этом на некий **опыт.**

Подобный пример содержит интернет-публикация «Об экспортных возможностях АПК Украины»[10]. В этой статье автор рассуждает о возможном в будущем становлении Украины как крупного поставщика на внутренний и мировой рынок экологически чистой высокодоходной сельхозпродукции. Такая необходимая степень достоверности утверждения о такой возможности была бы достигнута, если бы журналист (как и предполагает «гипотетическая» модель аргументации) обнаружил некие существующие факты, из причинно-следственной связи которых вытекала бы такая возможность. Однако он смог лишь сослаться на опыт производства сельхозпродукции в своей стране и некоторых странах Запада. Что же он представляет собой? Что касается Украины, то она в настоящее время по ряду причин оказалась во многом импортозависимой страной:

«...Это касается прежде всего импорта продукции животноводства, который в 2008 г. был равен 1,7 млрд дол., или 27% всего импорта продукции агропродовольственного комплекса. Мы импортируем говядину (38 тыс. т), живых свиней и свинину (249 тыс. т), а также мясо птицы (262 тыс. т), причем за последние пять лет такой импорт возрос в 2,5 раза. И это стало главной причиной уменьшения отечественного поголовья крупного рогатого скота на 26% и свиней – на 9%. Особенно тревожит тенденция сокращения поголовья в личных хозяйствах населения, наметившаяся в последние шесть лет. А эти хозяйства обеспечивают 60–65% общего производства говядины и свинины, а также 82% молока. И совсем непонятна тенденция увеличения импорта мяса птицы при том, что за последние пять лет его производство в Украине возросло в 2,5 раза (с 324 до 974 тыс. т), превысив уровень 1990 г. на 86 тыс. т, и составляет 42% в общем производстве мяса. Катастрофическая ситуация сложилась с льно-, овце – и хмелеводством, объемы производства продукции которых за два последние десятилетия сократились в 8–35 раз, и, как следствие, почти все потребности Украины в этой продукции покрываются за счет импорта ...» и т.д.

Оценивая сложившуюся ситуацию, автор приходит к заключению о том, что у страны есть потребность в импортозамещении, которая может удовлетворяться, в случае развития собственного сельского хозяйства. Затем излагается соотношение структур эк-

спорта продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности Украины, США, Нидерландов, Франции, показывающее направления, в которых мог бы развиваться экспорт такой продукции из Украины в дальнейшем. Автор при этом акцентирует внимание на объемах экспорта продукции Нидерландами, произведенной за год, в том числе, и из импортированного сельскохозяйственного сырья:

«Анализ ассортимента экспортной продукции Нидерландов впечатляет – используется все. Так, страна экспортирует пищевые отходы на сумму около 1,9 млрд дол., что составляет почти 20% всего экспорта продукции агропродовольственного комплекса Украины; импортирует картофель на 252 млн дол., а экспортирует – на 677 млн, и еще быстрозамороженный – на сумму 1 357 млн дол. И этот перечень можно продолжать долго: продукты питания для домашних животных экспортируются на 705 млн дол. (во Франции эта продукция вообще занимает седьмую позицию в структуре экспорта – 2,4 млрд); продукты для детей – на 406 млн дол. и т.д. Слабой стороной структуры экспорта продукции агропродовольственного комплекса Украины является ее ограниченный ассортимент: если в Нидерландах первые десять главных видов экспортной продукции занимают только 40%, то в Украине – более 75%...». И прочее.

Далее описывается опыт сельскохозяйственного производства в других странах ЕС и США, показывающий еще большое отставание Украины по другим направлениям:

«Если по урожайности основных культур Украина отстает от стран ЕС в 2 раза и от США – в 1,5, то по продуктивности скота и птицы – соответственно, в 2 и 3 раза. Значительное отставание наблюдается также в отношении трудо-, энерго- и капиталоемкости продукции». И т.д.

Итак, что же доказывает описанный выше опыт? Во-первых, то что сельскохозяйственное производство Украины в данный момент развито очень слабо. Во-вторых, то, что такое же производство в названных странах Запада развито очень хорошо, что может быть примером для Украины. Однако из того, что на Западе сельскохозяйственное производство развито хорошо, никак не следует, что оно будет таким же в Украине и она действительно станет крупнейшим поставщиком экологически чистой продукции для стран мира и составит серьезную конкуренцию развитым странам Запада. Иначе говоря, автор не заметил, что между достижениями Запада и желаемым будущим хозяйства Украины не существует

материальной причинно-следственной связи, что лишает его аргументацию всякого смысла.

Реализация четвертой, **«предписательной» модели аргументации**, сопряжена со своими трудностями. Основная состоит в том, что автор не всегда может быть уверен в силе приводимых им доводов в пользу необходимости чего-либо. Это существенно даже в тех случаях, когда аргументы кажутся «железными». Подобный пример мы можем увидеть в статье «Нам нужен долгосрочный национальный план восстановления лидерства в ИКТ- сфере»[11], в которой речь идет о разработке программы по развитию отечественных импортозамещающих информационно-коммуникационных технологий. Здесь аргументами в пользу ее создания служат (соответствующие требованиям «предписательной» модели аргументации) ссылки на реальные потребности, проблемы, решение которых невозможно без развития ИКТ:

«1) Информационные технологии — это очень важная отрасль, потому что они касаются всех, их роль растет день ото дня. Уже около 65% населения нашей страны подключено к Интернету, все больше бизнес-процессов связано с этими технологиями. Поэтому, когда геополитическая ситуация перестает быть стабильной, становится очевидно, что именно ИТ — одна из первых сфер, где мы начинаем испытывать системные проблемы.

2) Разработка мобильной операционной системы, я часто привожу этот пример, занимает примерно пять лет работы пяти тысяч инженеров с затратами на оплату труда и прочие расходы около пяти миллиардов долларов. Это ресурсы, сопоставимые с разработками в области авиации, космоса, атомной энергетики.

3) Есть компании, которые из-за санкций просто не могут больше использовать те программные продукты, которые привыкли использовать. Это большая проблема, потому что она может привести к остановке производственных процессов.

4) Проблема информационной безопасности актуальна, с одной стороны, для госструктур и госкомпаний, а с другой — для каждого жителя страны и государства в целом.

5) Нужно понимать, что любое мобильное устройство, просто в силу того, что произошла техническая революция, практически постоянно подключено к Сети. И в течение одного часа мы можем, например, увидеть, что все устройства на территории страны были обновлены. Это может произойти даже не потому, что какая-то, к примеру, американская компания приняла такое решение, а потому,

что она может сделать это под воздействием соответствующих специальных служб, в случае того или иного политически-мотивированного решения. В том, что это уже не просто фантазии или вымысел, сегодня точно ни у кого не осталось сомнений. Мы видели, как американские компании удаляли в Интернете домены юридических лиц, сайты организаций, зарегистрированных в Крыму. Хотя очень долго зарубежные партнеры уверяли нас, что Интернет находится вне политики и не попадает под влияние политических решений. К сожалению это не так — он тоже управляется.

6) Зависимость в части ПО составляет по некоторым видам продуктов более 90%. Мы считаем, что это критическая проблема». И т.д.

Предполагается, что реализация создаваемой программы поспособствует решению обозначенных выше проблем в жизни нашей страны, поможет росту ее конкурентоспособности в мире, укреплению национальной безопасности. Данное предположение в свою очередь опирается еще и на опыт реализации подобной программы в Китае:

«*Наши китайские партнеры, которые на протяжении многих лет поддерживали ИКТ-отрасль различными видами государственных инвестиций — прямыми, закрытыми, косвенными, другими различными видами поддержки, — сегодня по многим направлениям продемонстрировали рост*».

Приведенные аргументы в пользу долгосрочной программы развития ИКТ-отрасли достаточно весомы и вполне могут стать основанием для создания данной программы. Однако, **проблема состоит в том**, что любые аргументы в пользу необходимости той или иной программы, нацеленной на решение каких-либо задач, еще **не есть аргументы (гаранты) в пользу ее успешной, эффективной реализации в будущем.** Это объясняется противодействием тех факторов, которые не были ранее замечены аргументатором, или возникают в дальнейшем, в силу непредвиденных перемен в окружающей действительности. И пример Китая, в конкретном случае, тоже не гарантия для российского проекта. Реальным аргументом в пользу необходимости чего-либо всегда может быть только полученный оправдывающий ожидания результат. Но он в данном случае находится для аргументатора «за горизонтом» сегодняшнего дня.

4. Интенсивность применения в СМИ разных моделей аргументации

Насколько же активно авторы современных СМИ используют те или иные модели аргументации? Чтобы ответить на этот вопрос, мы отобрали по 30 последовательно опубликованных интерпретирующих текстов (начиная с 1 декабря 2015 г.) в каждой из пяти известных российских газет («Независимая газета», «Литературная газета», «Новые известия», «Российская газета», «РБК»), определив при этом по названным в начале статьи признакам использованную в каждом из них модель аргументации. Результаты изложены в таблице 1.

Таблица 1

Модели аргументации, использованные в текстах исследуемых газет

№ п/п	Название СМИ	Всего текстов	Модели аргументации			
			«Фактологическая» (к-во текстов)	«Оценочная» (к-во текстов)	«Гипотетическая» (к-во текстов)	«Предписательная» (к-во текстов)
1	Независимая газета	30	6	17	4	3
2	Литературная газета	30	5	21	2	2
3	Новые известия	30	11	13	4	2
4	Российская газета	30	12	8	8	2
5	РБК	30	8	12	9	1
6	По всем пяти газетам	150	42	71	27	10

Из данной таблицы следует, что в четырех из пяти исследованных изданий наиболее часто используется «оценочная» модель аргументации. Причем лидером по использованию «оценочной» модели выступает «Литературная газета». Одно издание («Российская газета») лидирует по применению «фактологической» модели аргументации. В целом, вся совокупность исследованных изданий наиболее активно использует «оценочную» модель аргументации, на втором месте по применению – «фактологическая» модель, на

третьем – «гипотетическая». Четвертое место в доказательных рассуждениях авторов данных изданий занимает «предписательная» модель аргументации. Таким образом, в известной мере, можно утверждать, что **данные СМИ в целом заняты не столько установлением не выявленных ранее фактов, сколько выражением своей позиции, своего отношения к уже известным фактам.** Поскольку в данной статье мы лишь определяли принципиальную возможность получения подобного вывода, то понимаем его условность. Более полное объективное представление может быть получено в случае анализа намного большего количества СМИ и большего массива текстов, что позволит с большим основанием экстраполировать выводы на значительно большую группу СМИ.

Заключение

Итак, выдвинутое нами положение о существовании четырех основных моделей аргументации в современных медиатекстах, было подтверждено теоретическим анализом содержания текстов, на уровне имеющихся в них доказательных рассуждений. Установлено, что потенциально максимальная достоверность основного тезиса может быть достигнута при использовании «фактологической» модели аргументации. Обоснованность главных тезисов в границах трех других моделей имеет вероятностный характер.

Выявлено существование проблем, сопровождающих процесс аргументации, в рамках разных моделей. В рамках первой модели авторам не всегда удается выстраивать цепочку фактологических аргументов, связанных причинно-следственными отношениями с тезисом; в рамках «оценочной модели» проблемой становится неизбежная субъективность оценки, выступающей тезисом рассуждения, что связано с отсутствием общезначимых критериев оценки качеств предмета оценки; проблемой в пределах «гипотетической» и «предписательной» моделей аргументации выступает невозможность учесть факторы, способные исказить достоверность обоснования тезисных суждений.

Понятие «модель аргументации» может быть инструментом теоретического анализа и практической деятельности по созданию медиатекстов для СМИ. Представление о моделях аргументации поможет точнее судить о «стиле» авторов, об информационной политике изданий, их профилизации, особенностях избранных ими «форматов» и т.д.

Примечания

[1] *Малютин А.* Во что превращается российская деловая пресса. Режим доступа: forbes.ru/sobytiya-column/231572 (время доступа: 27.01.2016).

[2] *Пургин Ю.* Нас ожидает Ренессанс качественной журналистики. Режим доступа: http://newreporter.org/2015/06/10/yurij-purgin-nas-ozhidaet-renessans-kachestvennoj-zhurnalistiki/#sthash.IEGCOJuF.dpuf (время доступа: 27.12.2015).

[3] *Исторический процесс. Государство и частная жизнь // ТВ – Россия 1 от 04.04.2012 года.*

[4] *Закон РФ «О средствах массовой информации». Режим доступа: http://www.zakonrf.info/zakon-o-smi/49/*

[5] *Мищенков А.* Как в Роскосмосе просторы коммерции бороздят. Режим доступа: http://pasmi.ru/archive/99798 (время доступа: 12. 02.2016).

[6] *Алюшина Н.* Сила аргумента: теория аргументации. Режим доступа: // derzhava.in.ua:8081›kafedra_du/alyushina/Shared (дата доступа- 23.03.2016).

[7] *Витвицкая Н.* Учат в «Школе». Новые известия, 2 марта 2016.

[8] Ведомости, №:146, 210, 211. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/archive/2005-2015/10/06 (время доступа: 11.11.15).

[9] Аналитик «Левады»: у половины населения нет политических предпочтений. Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/russia/2015/07/150702_volkov_sociology_interview (время доступа: 14.03.2016).

[10] Экспортные возможности АПК Украины. Режим доступа: http://www.sanriko.ru/seecons-385-8.html (время доступа: 10.03.2016).

[11] *Николай Никифоров.* Нам нужен долгосрочный национальный план восстановления лидерства в ИКТ-сфере. Режим доступа: http://minsvyaz.ru/ru/events/34065/ (время доступа: 17.03.2016)

Библиография

Абрамов Н. Дар слова. Искусство излагать свои мысли. СПб,1912.

Алексеев А.П. Аргументация. Познание. Общение. М., 1991.

Брайтан Дж. Воздействие политической пропаганды // Основы воздействия СМИ. М., СПб, Киев: Изд-во Вильямс. 2004.

Гадамер Г.Х. Истина и метод. М., 1988.

Дускаева Л.Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров. Пермь: изд-во Пермского ун-та, 2003.

Ивин А.А. Основания логики оценок. М: МГУ, 1970.

Ивин А.А. Логика для журналистов. М.: Аспект Пресс, 2002.

Ивлев Ю.В. Логика. М., 2004.

Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: ВК, 2011.

Треушников М.К. Судебные доказательства. М., 1997.

Тулупов В. В. Моделирование в журналистике. Воронеж, 2010.

Тюлькина Л.В. Аргументация в рецензии /Аргументация в публицистическом тексте. (Отв. ред. *Л.М. Майданова*). Свердловск, 1992.

Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде.1945–1954 гг. М.,1974.

Янская И., Кардин В. Пределы достоверности. М. 1981.

*Brendel D., Grobe B. E.*Yournalistisches Grundwissen. Munchen–Dortmund, 1976.

Houston B., Bruzzese L., Weinberg S. The investigative reporters handbook. Bedford. St. Martins, Boston–New-York, 2002.

Muller R. Argumentation und Gestaltung in Journalistik als Einhheit. Mulberg, 1996.

Casey R.D. The press, propaganda, and pressure groups // Mass communications. Urbana, 1960.

Schank R.L. Goodman C. Reactions to proraganda on both of a controversial Issue // Pablic Opinion Qarterly.1960. № 24.

Toulmin S.E. The Uses of Argument. N.-Y.: Cambridge univer. Press,1964.

Notes

Alyushina N. *Sila argumenta: teoriya argumentatsii* [The Strength of the Argument: The Theory of Argumentation]. Available at: derzhava.in.ua:8081›kafedra_du/alyushina/Shared

Analitik «Levady»: u poloviny naseleniya net politicheskikh predpochteniy [Analyst of Levada Centre: Half of the Population Has no Political Preferences]. Available at: http://www.bbc.com/russian/russia/2015/07/150702_volkov_sociology_interview

Eksportnye vozmozhnosti APK Ukrainy [Export Capabilities of the Ukrainian AIC]. Available at: http://www.sanriko.ru/seecons-385-8.html

Malyutin A. Vo chto prevrashchaetsya rossiyskaya delovaya pressa [Russian Business Press under Changes]. Available at: forbes.ru/sobytiya-column/231572

Mishchenkov A. Kak v Roskosmose prostory kommertsii borozdyat [Roskosmos Expands to Business]. Available at: http://pasmi.ru/archive/99798

Nikolay Nikiforov. *Nam nuzhen dolgosrochnyy natsional'nyy plan vosstanovleniya liderstva v IKT-sfere* [We Need a Long-term National Plan for the Restoration of Leadership in the IT Field]. Available at: http://minsvyaz.ru/ru/events/34065/

Purgin Yu. Nas ozhidaet Renessans kachestvennoy zhurnalistiki [We Expect a Renaissance of Quality Journalism]. Available at: http://newreporter.org/2015/06/10/yurij-purgin-nas-ozhidaet-renessans-kachestvennoj-zhurnalistiki/#sthash.IEGCOJuF.dpuf

Russian Federation Law "On mass media". Available at: http://www.zakonrf.info/zakon-o-smi/49/

Vedomosti. №:146, 210, 211. Available at: http://www.vedomosti.ru/archive/2005-2015/10/06

Vitvitskaya N. (2016) Uchat v «Shkole» [It's Taught At "School"]. *Novye izvestiya*. 2 Mar.

References

Abramov N. (1912) *Dar slova. Iskusstvo izlagat' svoi mysli* [Gift of Word. The Art to Express the Thoughts]. St. Peterburg.

Alekseev A.P. (1991) *Argumentatsiya. Poznanie. Obshchenie* [Argumentation. Cognition. Communication]. Moscow.

Braytan J. (2004) Vozdeystvie politicheskoy propagandy [The Impact of Political Propaganda]. In *Osnovy vozdeystviya SMI* [Basics of Media Exposure]. Moscow, St. Peterburg, Kiev: Vil'yams Publ.

Brendel D., Grobe B.E. (1976) *Yournalistisches Grundwissen*. Munchen–Dortmund.

Casey R.D. (1960) *The Press, Propaganda, and Pressure Groups*. In *Mass communications*. Urbana.

Duskaeva L.R. (2003) *Dialogichnost' sovremennykh gazetnykh tekstov v aspekte rechevykh zhanrov* [Dialogue Character of Contemporary Newspaper Texts in the Aspect of Speech Genres]. Perm': Perm Univ. Publ.

Fateev A.V. (1974) *Obraz vraga v sovetskoy propagande.1945–1954 gg* [The Image of the Enemy in Soviet Propaganda.1945–1954 years]. Moscow.

Gadamer H-G. (1988) *Istina i metod* [Truth and Method]. Moscow.

Houston B., Bruzzese L., Weinberg S. (2002) *The Investigative Reporters Handbook*. Bedford. St. Martins, Boston – New York.

Ivin A.A. (1970) *Osnovaniya logiki otsenok* [Foundations of Valuations Logic]. Moscow: Moscow State Univ. Publ.

Ivin A.A. (2002) *Logika dlya zhurnalistov* [The Logic for Journalists]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Ivlev Yu.V. (2004). *Logika* [The Logics]. Moscow.

Lazutina G.V. (2011) *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva* [Genres of Journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ..

Muller R. (1996) *Argumentation und Gestaltung in Journalistik als Einhheit*. Mulberg.

Schank R.L. Goodman C. (1960) Reactions to Propaganda on Both of a Controversial Issue. *Public Opinion Quarterly*: 24.

Tertychnyy A.A. (2011) *Metody professional'noy deyatel'nosti zhurnalista* [Methods of Journalists' Professional Activity]. Moscow: VK Publ.

Toulmin S.E. (1964) *The Uses of Argument.* N.-Y.: Cambridge Univ. Press.

Treushnikov M.K. (1997) *Sudebnye dokazatel'stva* [Evidence in Court]. Moscow.

Tulupov V. V. (2010) *Modelirovanie v zhurnalistike* [Modeling in journalism]. Voronezh,

Tyul'kina L.V. (1992) Argumentatsiya v retsenzii [The Argument in the Review]. In L.M. Maydanova (ed.) *Argumentatsiya v publitsisticheskom tekste* [The Reasoning in the Journalistic Text]. Sverdlovsk.

Yanskaya I., Kardin V. (1981) *Predely dostovernosti* [The Limits of Credibility]. Moscow.

Поступила в редакцию
29.03.2016