

IL TESTO ARGOMENTATIVO

I testi argomentativi sono i testi in cui chi parla o scrive presenta una propria opinione – o tesi – e la sostiene proponendo le ragioni a favore e confutando le opinioni contrarie, allo scopo di convincere i suoi interlocutori della validità di quanto dice.

Argomentare vuol dire “SOSTENERE CON ARGOMENTI”, cioè con prove, la propria opinione su un determinato problema.

I testi argomentativi più diffusi sono:

1. I **discorsi** degli uomini politici;
2. Le **arringhe** degli avvocati;
3. Gli articoli di fondo (o **editoriali**) in cui i giornalisti espongono le loro opinioni su un determinato evento;
4. Le **prediche** dei sacerdoti;
5. I **saggi** che trattano problemi filosofici, sociali, storici ecc.

I testi argomentati possono trattare di problemi molto diversi. Tutti, però, hanno in comune lo scopo, che è quello di persuadere chi ascolta, e il modo in cui si cerca di raggiungere questo scopo. Modo che consiste nel dimostrare ciò che si dice portando delle prove convincenti.

Dal punto di vista della forma e delle tecniche di cui si avvale, il testo argomentativo presenta delle **caratteristiche particolari** che lo rendono facilmente riconoscibile.

- PROBLEMA
- TESI (può presentarsi alla fine come conclusione)
- ARGOMENTI
- ANTITESI (possono mancare)
- CONFUTAZIONE DELLE ANTITESI
- CONCLUSIONE

TECNICA

L'efficacia del testo argomentativo dipende dalla forza degli argomenti, vediamo quindi quali sono i tipi di argomenti più efficaci.

- **Argomenti che riportano fatti concreti:** “è meglio non uscire perché piove”
- **Argomenti di autorità,** che consistono nel riportare un’opinione autorevole per sostenere la propria tesi: “secondo quanto ho letto ...”
- **Argomenti logici:** “ho deciso di non uscire, perché se esco non studio e se non studio rischio un brutto voto”
- **Argomenti pragmatici,** che consistono nel far notare i risultati positivi concreti derivati dall’accettazione della tesi. “ ti consiglio di studiare con costanza, così prima delle interrogazioni non faticherai troppo a ripetere”

CARATTERISTICHE LINGUISTICHE: espedienti espressivi della lingua per persuadere il destinatario

- Grande rilievo dato al **destinatario:** attraverso l’analisi dettagliata delle sue caratteristiche (età, cultura, carattere, interessi ecc.) per poter scegliere la struttura, gli argomenti, il lessico più adatto e per mantenere desta la sua attenzione;
- Attenzione al **ruolo dell’emittente,** che deve essere poco invadente e sostenendo sempre ogni affermazione adeguatamente
- Utilizzo di un **lessico “valutativamente orientato”:** è opportuno usare parole “positive” per presentare la propria tesi e “negative” quando si presentano le opinioni contrarie.
- Utilizzo del **presente** come tempo verbale dominante;
- Utilizzo massiccio di **connettivi,** cioè di avverbi, congiunzioni e locuzioni, che indichino le varie parti in cui si articola l’argomentazione
- L’inserimento di **porzioni di testo di altro tipo** (descrittivo, espositivo, narrativo), in funzione persuasiva, per creare una certa atmosfera, per catturare l’attenzione dell’uditorio o per preparare chi ascolta ad accogliere favorevolmente una tesi invece di un’altra.

IL TESTO ARGOMENTATIVO

Consente di

ARGOMENTARE

Che significa

ANALIZZATO
NEI DIVERSI ASPETTI

Discutere e sostenere, con dei ragionamenti

ARGOMENTI, una opinione su un **PROBLEMA** che va

Che possono essere

PRESENTATO/DISCUSSO

PERSONALI

MUTUATI DA ALTRI

- CONSIDERAZIONI/RILIEVI
- PROPOSTE DI RISOLUZIONE

PERSONE
GIORNALI
RICERCHE ...

