

# **Лекция № 2 «Речевое взаимодействие. Искусство спора»**

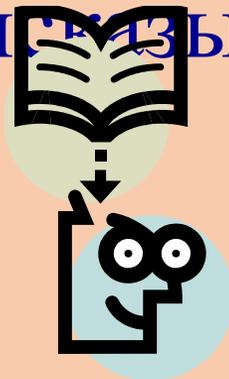
## **План**

- 1. Основные единицы речевого общения.**
- 2. Аспекты речи.**
- 3. Общая характеристика спора.**
- 4. Стратегия и тактика спора.**
- 5. Методы изложения речевого материала.**
- 6. Аспекты спора.**

# 1. Основные единицы речевого общения

– это речевая ситуация, речевое событие и речевое взаимодействие.

*Речевая ситуация* – это контекст высказывания, то, что помогает его понять. Составляющие речевой ситуации: говорящий, слушающий, время и место высказывания.



**Необходимо учитывать, что  
высказывание наряду с прямым  
смыслом обладает значением,  
обусловленным речевой ситуацией  
(прагматическое значение).**

**Высказывания, у которых прямое  
значение расходится с  
прагматическим, называются  
косвенными.**

**Вот пример косвенного  
высказывания и его возможных  
толкований:**

***Мне нездоровится.***

- **Вызовите поскорее врача.**
- **Я не хочу с вами разговаривать.**
- **Я не буду выполнять эту работу.**

Основная единица речевого общения  
— *речевое событие*.

Как пишет А.К. Михальская в учебном пособии «Основы риторики», **речевое событие** — это некое законченное целое со своей формой, структурой, границами. Например, школьный урок, родительское собрание, заседание, конференция, разговор в булочной, в метро и т. д.

**Речевое событие составляют два  
главных компонента:**

- 1) словесная речь** (то, что говорится, сообщается) и то, что ее сопровождает (жесты, мимика, движения и др.);
- 2) условие, обстановка, в которой происходит общение (речевая ситуация).**

***Речевое взаимодействие*** представляет собой очень сложное явление: с одной стороны, это *говорение*, порождение речи субъектом, с другой — *восприятие* речи адресатом, ее декодирование, *понимание* содержания, *оценка* полученной информации и *реагирование* (вербально, мимикой, жестами, поведением и т.д.).

Для речевого взаимодействия требуется ***коллектив*** (самое меньшее два человека). В процессе речевого (вербального) взаимодействия субъектов участвуют их ***мышление, воля, эмоции, знания, память.***

## 2. Аспекты речи:

I. **Принцип кооперации** – предполагает готовность собеседников действовать таким образом, который соответствовал бы принятой цели. Иначе говоря – *это готовность партнеров к сотрудничеству.*



**Принцип кооперации** предполагает  
4 категории, которые называются  
**правилами речевой коммуникации:**

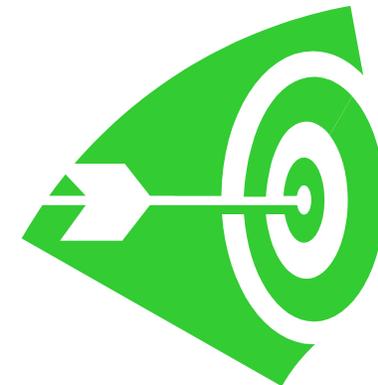
**1) категория количества:** высказывание  
не должно содержать меньше или больше  
информации, чем требуется.

## 2) категория качества:

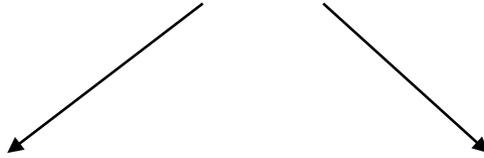
- а) не говори того, что считаешь ложным;
- б) не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

3) категория «отношение» - не отклоняйся от темы. Эта категория связана с **релевантностью**, т.е. соответствием высказывания предмету разговора.

**4) категория «способ»** касается того, как говорится ( а не того, что говорится), т.е. «выражайся ясно»: избегай непонятых выражений и неоднозначности.



## II. Принцип последовательности и предпочитаемой структуры.



Его суть – в смысловом соответствии высказывания и ответной реакции: вопрос – ответ, приветствие – приветствие, просьба – принятие.

Особенности речевых фрагментов с подтверждающими или отклоняющими ответными репликами: согласие выражается сразу, ясно и лаконично; несогласие отсрочено паузой, дальше идут пространные рассуждения, доводы, чтобы не обидеть собеседника.

### III. Принцип вежливости относится к речевому этикету.

Он включает 6 максим вежливости:

- максима симпатии – это позиция благожелательности, создание благоприятного фона для перспективного предметного разговора. *«Безучастный контакт»*, когда собеседники, не будучи врагами, не демонстрируют доброжелательности друг к другу, также создает проблему.

- **максима такта** – это максима личной сферы. Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и прочее).
- **максима одобрения** – это позитивность в оценке других (не судим, да не судимы будете, не осуждай других).
- **максима великодушия** – коммуникативный акт не должен быть дискомфортным, не связывать партнера обещанием или клятвой.

- **максима согласия** – это максима неоппозиционности, отказ от конфликтной ситуации.
- **максима скромности** – это позиция неприятия похвал в свой адрес. Чрезмерное завышение или занижение самооценки могут отрицательно повлиять на установление контакта.

**Не давайте оценок, не давайте советов  
– один из принципов хорошего слушателя.**

### 3. Общая характеристика спора.

**Спор** – это коммуникативный процесс, в рамках которого происходит сопоставление точек зрения участвующих в споре сторон.

Искусство ведения спора известно с древности и называется **эристика**. Это интегральное искусство на стыке знаний и умений, вырабатываемых **логикой, психологией, этикой, риторикой.**

Искусство спора характеризуется **двумя основными признаками:**

- **доказательностью** (это логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения)
- **убедительностью** (это психологическое воздействие на оппонента, направленное на восприятие той или иной идеи).

В рамках спора возможны следующие комбинации доказательности и убедительности:

- а) доказательно и убедительно,
- б) доказательно, но не убедительно,
- в) не доказательно, но убедительно,
- г) и не убедительно, и не доказательно.

**Идеальный вариант** – первый, к нему надо стремиться в любом споре.

Обращаясь к спору, следует помнить  
следующие правила:

- если есть возможность достичь согласия без спора, лучше ею воспользоваться;

- не спорьте по мелочам, если уж спорить, то по принципиальным вещам;

- спор должен быть предметным, а предмет спора – достаточно ясным и неизменным на всем его протяжении;

- участники спора должны обладать известной суммой знаний о предмете спора.

# Спор, дискуссия, полемика – что это такое?

В современной научной литературе слово **спор** служит для обозначения процесса обмена противоположными мнениями. В русском языке есть синонимы для определения данного понятия: дискуссия, полемика, диспут, дебаты, прения.

**Дискуссия** (латин. – исследование, разбор) – такой публичный спор, где целью является выявление и сопоставление различных точек зрения, **поиск и нахождение правильного решения.**

Другой характер носит **полемика**  
(др.греч.— воинственный). Это не  
просто спор, а такой, при котором  
имеется конфронтация, противоборство  
сторон, идей, речей. Это **публичный**  
**спор с целью защитить, отстаять**  
**свою точку зрения и опровергнуть**  
**мнение оппонента.**

Полемика от дискуссии отличается целевой направленностью. **Цель дискуссии:** прийти к единому мнению, найти общее решение, установить истину. **Цель полемики** иная: надо одержать победу над противником, утвердить собственную позицию.

**Диспут** (лат. - рассуждать) – это публичный спор на научную и общественно важную тему.



**Дебаты** (фран.– спор), **прения** – это споры, которые возникают при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях.



## 4. Стратегия и тактика спора

**Стратегия спора** – это общий план его ведения. Каждая из спорящих сторон придерживается своей стратегии.

**Пропонент** – тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис, должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимальную возможность его обосновать.

**Оппонент** – это тот, кто оспаривает тезис.

**Тезис** – это положение, позиция, которая подлежит обоснованию. Именно ему должны уделить особое внимание проponent и оппонент.

Тезис при организованном споре формируется заранее. В споре проponent и оппонент придерживаются, как правило, своего тезиса.

Чаще всего оппонент ознакомлен заранее с содержанием тезиса или с темой предстоящего обсуждения. Ему можно порекомендовать заранее продумать слабые места тезиса и подобрать опровергающие доводы или сосредоточить свое внимание на проблемных моментах темы обсуждения.

**Аргументы** – это известные, заранее добытые положения, с помощью которых достигаются обоснованность и убедительность.

**Отбор аргументов** – дело творческое. Здесь важны образованность, мировоззрение и многое другое.

**Поэтому аргументы, принятые в одной аудитории, могут быть несостоятельными в другой.**

Чтобы аргументация была сильной и приводила к желаемым результатам, надо выполнять следующие правила:

1. тезис должен быть сформулирован четко и ясно;
2. тезис должен быть тождественным в течение всего рассуждения;
3. аргументы, приводимые в подтверждение тезиса, должны быть достаточными и не противоречить друг другу;

4. источники аргументов должны быть известными и достоверными;

5. демонстрация аргументов должна представлять собой правильное рассуждение.

**Тактика спора** – это подбор и использование в споре определенной суммы логических и психологических приемов.

**В любом споре тактически верным будет корректное поведение его участников.**

Спокойствие, уравновешенность, рассудительность – вот те черты, которые улучшают имидж каждой из сторон.

**Беспронимчивым тактическим приемом является внимательное и доброжелательное отношение к высказываниям другой стороны.**

## 5. Методы изложения речевого материала

На структуру выступления влияют избираемые оратором методы изложения материала:

- Анализ – логический метод, при котором сущность понятия раскрывается путем расчленения понятия;
- Синтез -- логический метод, предполагающий соединение в одно целое частей объекта, явления или их признаков, полученных в результате анализа;

- Индукция – логическое умозаключение, состоящее в обобщении частных случаев и получении общего вывода;
- Дедукция – логическое умозаключение от общего к частным выводам;
- Аналогия – сопоставление различных фактов, событий, явлений;

- Концентрический – расположение материала вокруг главной темы, рассмотрение явления со всех сторон;
- Ступенчатый – материал очередного вопроса базируется на предыдущем;
- Хронологический – рассмотрение процесса или явления в его становлении.

В одном выступлении должны использоваться различные методы изложения материала.

## 6. Аспекты спора

**Уловка** – это прием, с помощью которого участники спора хотят облегчить его для себя и затруднить для оппонента.

**Умение выявить уловки в споре** – залог того, что вы по крайней мере не проиграете спор.

Существует два типа уловок – логические и психологические.

К логическим уловкам относят софизмы.

Не следует путать аргументы и софизмы.

**Софизмы – это намеренные ошибки в доказательстве и логике.** Это распространенные уловки. Любой софизм маскируется под правильное рассуждение, преследуя цель ввести противника в заблуждение.

К психологическим уловкам относят так  
называемые психологические  
аргументы

Наиболее распространенные  
психологические аргументы

*Аргумент к силе* — вместо логического обоснования тезиса и убеждения прибегают к угрозе неприятными последствиями, например, применение насилия или иных средств принуждения: **моральных, административных, экономических.**

***Аргумент к авторитету*** — ссылка на авторитетную личность (мнение великого ученого, общественного деятеля, писателя и т.д.) или коллективный авторитет вместо обоснования конкретного тезиса.

***Аргумент к публике*** — ссылка на мнение и настроение слушателей с целью привлечь их на свою сторону и с их помощью оказать психологическое давление на оппонента.

*Аргумент к личности* — ссылка на личностные особенности оппонента, его вкусы, внешность, недостатки.

Использование этого аргумента ведет к тому, что предмет спора остается в стороне, а предметом обсуждения оказывается личность оппонента.

*Аргумент к «здоровому смыслу»* —  
используется часто как апелляция к  
обыденному сознанию вместо  
реального обоснования.

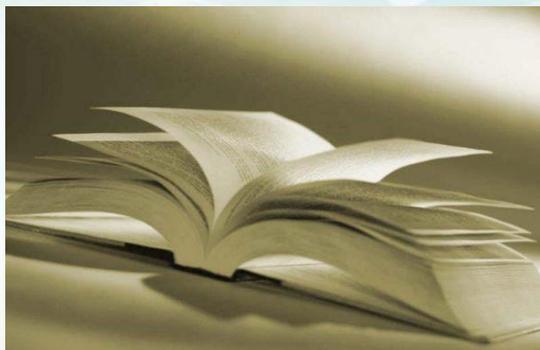
*Аргумент к состраданию* — вместо  
реальной оценки конкретного поступка  
взывают к жалости в надежде  
пробудить в слушателях сочувствие и  
желание уступить.

*Аргумент к тщеславию* — расточение  
неумеренных похвал, комплиментов  
противнику в надежде, что он станет  
более уступчивым, покладистым.

***Аргумент к невежеству*** —

использование неосведомленности или непросвещенности оппонента или слушателей и навязывание им мнений, которые не находят объективного подтверждения.

***Аргумент к выгоде*** — вместо логического обоснования тезиса агитируют за его принятие потому, что так выгодно в морально-политическом или экономическом отношении.



**Спасибо за внимание!**