ГОСУДАРСТВЕНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

РЕФЕРАТ

по дисциплине

«Тренинг профессионально ориентированных риторики, дискуссий, общения»

направление подготовки 19.00.07 – Педагогическая психология

тема: «**Механизмы и приемы эмотивизации и аргументации академической речи**»

Выполнила:

Ханина Наталья Андреевна

Аспирантка 1 курса

Заочной формы обучения

Проверил:

доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода

Бредихин Сергей Николаевич

(зачтено/ не зачтено)

Дата, подпись

Ставрополь, 2022

Содержание

Введение……………………………………………………………….........3

1. Механизмы и приемы аргументации академической речи……….……….5
	1. **Основные методы аргументации…………………………………...6**
	2. Приемы аргументации…………………………………………...….8
2. Эмотивизация академической речи……………………………………….10

Заключение…………………………………………………………………13

Список использованных источников и литературы……………………..15

**Введение**

В обществе, во все времена, высоко ценилась культура общения, проявлялось уважение к собеседнику, умеющему «хорошо говорить». Люди, обладающие эффективными навыками общения, успешны в карьере и личных отношениях, у них много друзей. Они отличаются уверенностью в себе, раскованностью во время публичных выступлений, богатой эрудицией, вызывают расположение к своей персоне и интерес к освещаемой теме.

Один из способов изложения мысли, предназначенный для формирования научного мировоззрения, для выражения сложных суждений и концептуальных понятий, называется академической речью.

Данное определение образовалось от названия древне-греческого оливкового сада в Афинах - «Академия», на территории которого располагалась философская школа Платона. Диалект платоновской школы сформировал особенный вид речи, использующий узкоспециальную терминологию для изложения научной мысли, позже получивший широкое применение.

Таким образом, история возникновения научного красноречия уводит нас в эпоху древних цивилизаций, и обращает к периоду развития вербально-логического мышления, результатом которого стало зарождение полемики, как одной из древних форм аргументации и риторики - дисциплины, изучающей ораторское мастерство - искусство выступления перед публикой, приемы и методы убеждения.

Начальные навыки академической речи мы получаем в школе. Она встречается в учебной литературе, пособиях, дидактических материалах, познавательных энциклопедиях и используется для объяснения тех или иных научно доказанных фактов.

Учебная деятельность, реализуемая в рамках образовательных программ высшего и средне специального образования, а также проведение научных исследований, предполагает обязательное использование академической речи и расширяет сферу ее применения на учебную лекцию, научный доклад, статьи и монографии, а также курсовые и дипломные работы, научные проекты.

Академическая речь богата терминами, конструкциями, речевыми оборотами, сложность которых зависит от области ее применения.

В некоторых профессиях используется как приоритетный способ изложения мысли и профессиональной коммуникации (юристы, государственные служащие, врачи, педагоги, ученые различных направлений).

Методы эмотивизации и аргументации академической речи применяются во время дискуссии, в различных научных работах, с целью расположить к своему мнению аудиторию, придавая выступлению эмоциональную окраску и убедительность.

1. **Механизмы и приемы аргументации академической речи**

Академическая речь один из самых распространенных типов публичных выступлений, использующий аргументацию, как средство обоснования определенных суждений.

В переводе с латинского языка «arguo» - показываю, доказываю, выясняю.

Доказательство - это логический способ обоснования ис­тинности какого-либо суждения, своей позиции, точки зрения или высказывания с помощью убедительных доводов.

Доказательства называются аргументами. В качестве аргументов используют логические заключения и реальные факты, которые подтверждают правоту того, кто аргументирует. Также находят эффективное применение при ведении спора или в доказательственном выступлении контраргументы, опровергающие противоположное мнение.

Обязательными участниками, или субъектами аргументативного процесса являются: пропонент, оппонент и аудитория.

Пропонентом называют человека, предлагающего и отстаивающего какое либо суждение, выражающего свою позицию или представляющего идею научного общества, партии, трудового или творческого коллектива. Он приводит доводы в пользу определенного решения или позиции с целью формирования или изменения отношения к ним собеседника или аудитории. Поскольку пропонент инициирует обсуждение, на нём лежит преимущественная ответственность за обоснованность и осмысленность спора.

Оппонент это противоположная сторона дискуссии, выражающая обычно несогласие с пропонентом. Оппонент может быть непосредственным участником аргументационного процесса, но может участвовать в нем и заочно.

Аудитория - это третий коллективный субъект аргументации, на который направлено доказательное воздействие. [7]

Рассмотрим данный механизм на примере противостояния взглядов двух российских ученых. В учебной литературе доктор психологических наук Ильин Евгений Павлович, пишет о том, что «..Это дает основание некоторым авторам включать в психомоторные способности и интеллектуальные (когнитивно-мыслительные) способности человека (В.П.Озеров, 2002). Однако в этом случае психомоторные способности теряют свою специфику.. Думается, что автор допускает логическую ошибку, подменяя психомоторные способности психомоторной активностью». И такой пример: «..Другим спорным вопросом в понимании В.П. Озеровым психомоторных способностей является его утверждение, что психомоторные способности – ядро двигательных способностей.» [1]

В обоих случаях, мы видим попытку одного участника спора поставить под сомнение научную гипотезу другого. Они оппонируют друг другу. Можно утверждать, что Ильин с его взглядами, выполняет роль пропонента, а Озеров оппонента. Оба участника не присутствуют лично на дискуссии. Целью данной аргументации является не убеждение оппонента в ошибочности его суждений, а склонение пропонентом к своему мнению широкую аудиторию читателей, посредством контраргументирования чужого мнения, как одним из способов обоснования истинности своей теории.

Аргументация строится поэтапно.Пропонент выдвигает тезис - положение, которое оратор планирует доказывать, или антитезис в противопоставление чужому мнению. Затем приводится сам аргумент. После этого следует указание логической взаимосвязи аргумента и тезиса (антитезиса).

* 1. **Основные методы аргументации**

Фундаментальный метод - прямое обращение к собеседнику, которого вы знакомите с реальными фактами и сведениями, использование цифр, имен и названий, статистики в качестве аргументов.

Метод противоречий - основан на выявлении противоречий в аргументации партнера. Оратор может сам приводить предполагаемые опровержения своей теории и сам защищать свою точку зрения.

Метод извлечения выводов  - посредством частичных выводов пропонент приводит свое умозаключение к желаемому выводу.

Метод сравнения – очень эффективен, особенно когда сравнения подобраны удачно.

Метод опроса - подразумевает вопросы аудитории, на которые та должна ответить по итогам прослушивания речи. Вопросы предположительно должны иметь компрометирующий характер и удовлетворять целям оратора склонить аудиторию к своему мнению.

Метод игнорирования позволяет не озвучивать проблемные стороны обсуждаемого вопроса.

Метод «Бумеранг» — прием, позволяющий использовать реплики слушателей в подтверждение позиции выступающего. Такой прием часто не имеет собственно аргументативной ценности, но позволяет нейтрализовать агрессивно настроенную аудиторию.

Широко известен яркий пример использования аргументативного метода «бумеранга» советским поэтом Владимиром Маяковским, выступающим на диспуте о пролетарском интернационализме в политехнический институте. На его фразу « Среди русских я чувствую себя русским, среди грузин я чувствую себя грузином», прозвучал вопрос из зала «А среди дураков?», на который поэт ответил: «А среди дураков я впервые».

Мы можем увидеть пример отражения попытки «коммуникативного, вербального нападения». Однако, на мой взгляд в ответ в данном случае, используется грубое и оскорбительное психоэмоциональное воздействие на аудиторию, не гарантирующее успеха оратора в дискуссии. Подобная методика может быть эффективна только с аудиторией, члены которой приоритетно имеют специфические черты характера, повинуются «позиции силы», которой является жесткое вербальное осаждение в данной полемике. Людей образованных и культурных, часто имеющих хрупкий душевный склад, морально уязвимых, строящих свое отношение общение на этических ценностях, использование такого приема обидит и лишит оскорбившего их оратора, всякого расположения к себе.

Впрочем, одним из принципов продуктивной аргументирующей речи является грамотное построение подхода к аудитории, исходя из ее интересов, мотивов, и иных специфичных характеристик и условий, в которых предстоит общаться.

Греческий философ Аристотель утверждал: «..Оратор должен учитывать не только значимые для его слушателей мотивы, факторы, но и характер аудитории». По его мнению, восприятие речи аудиторией всегда обусловлено такими факторами, как возраст, социальный и имущественный статус. Психологические характеристики, которые дает Аристотель различным типам аудитории, закономерно подводят к выводу о том, что оратор должен выбирать аргументы, значимые для данной аудитории и потому обеспечивающие максимальную эффективность ораторской речи. [8]

При построении дискуссии участникам необходимо соблюдать основные правила аргументации**, которые заключаются:** в изложении своей мысли в понятной и доступной форме; корректном отношении ко всем участникам дискуссии; в справедливом признании правоты собеседника; направлении аргументации на цели и мотивы собеседника (аудитории), а также приемы аргументации.

* 1. **Приемы аргументации**

К основным приемам относятся дедукция, индукция, аналогия и контраргументация.

Дедукция один из приёмов аргументации, согласно которому рассуждение строится от общего к частному.

Например, перед наступлением зимы все листья с деревьев слетают. Деревья уже без листьев, значит скоро зима.

Дедуктивные приемы аргументации в большинстве случаев, являются самыми убедительными.

Другим универсальным приёмов аргументации является индукция, складывающая общее суждение из отдельных примеров: серая кошка мурлычет когда ее гладишь, следовательно все кошки мурлычут, когда их гладишь.

Аналогия - является разновидностью индукции. Для установления аналогии двух объектов (предметов, людей, событий, процессов и т.п.) необходимо вначале убедиться в том, что эти объекты сходны, то есть обладают общими признаками. Чем больше таких признаков сходства, тем вероятнее заключение. В аргументации аналогия широко применяется как иллюстрирующий и подкрепляющий приём рассуждения от частного к частному.

Таким образом, самыми убедительными являются дедуктивные аргументы, они наиболее достоверны. Индуктивные аргументы и аргументы по аналогии всегда имеют вероятное значение, и поэтому лишь приблизительны, не всегда надёжны.[9]

Контраргументация это нейтрализация замечаний, опровержение доводов собеседника. Перед сторонами беседы на этом этапе стоят цели: выявить противоречия в речи собеседника; оспорить (если это необходимо и возможно) приведенные собеседником факты; убедиться, что заключение собеседника не ошибочно; показать другую сторону проблемы.[10]

1. **Эмотивизация академической речи**

Аргументы бывают следующих видов:

* 1. Рациональные

Обращение к авторитетам – это цитирование экспертов, исследований и других авторитетных источников, применение статистических данных.

Обращение к логике - аргументация построена на общепринятых утверждениях и фактах, из которых делают последовательные выводы, обращенные к здравому смыслу, истинности фактов, логическому рассуждению.

* 1. Иррациональные

Обращение к эмоциям – происходит, когда аргументы опираются на положительные или негативные переживания, радость или недовольство, обращенные к желаниям и интересам аудитории.

Во время научных выступлений и докладов используются аргументы, придающие выразительность изложению мысли. В речь добавляется эмотивность через специальные языковые средства — эмотивы, которые выполняют две основные функции — эмоциональное самовыражение и эмоциональное воздействие.

В переводе латинского языка emoveo – возбуждать. Это немотивированные, мало осознаваемые, но сильные и быстрые эмоциональные реакции.

Функция выражения, или эмотивная, — «использование единиц языка для выражения, «выплеска» эмоций без целевой направленности на определённого адресата».[3]

Примером эмотивного наполнения речи может служить выступления на конференциях по охране окружающей среды, в которых часто используются эмоциональные методы воздействия на аудиторию, так как темы обсуждения затрагивают всеобщую мировую экологическую безопасность, находя отклик практически у каждого слушателя и у оратора. Зачитывая доклад о плохом состоянии экологии, ученые испытывают яркие эмоции сострадания, скорби, тревоги, гнева и непроизвольно передают свое настроение аудитории.

Эмотивизация академической речи в данном примере обусловлена естественным выражением эмоций, который с большой вероятностью, будет способствовать расположению аудитории, так как цели и мотивы высоки в данном случае.

Однако, эмоциональный способ воздействия в речи может бесконтрольно применяться оратором, вследствие типологической предрасположенности свойств его личности.

Если мы обратимся к акцентуациям характера немецкого психиатра Карла Леонгарда, мы увидим, что ученый в своей монографии «Акцентуированные личности», вышедшей в 1976 году, называл эмотивность определенным свойством личности, из-за которого человек становится излишне чувствительным к происходящему вокруг и испытывает яркие эмоции, передавая их окружающим.[4]

Отличительной чертой здесь является устойчивость проявления эмотивных качеств на протяжении длительного периода времени, что противоположно внезапным и кратковременным лабильным вспышкам, свойственных холерикам или сангвиникам. [11]

Не умение сдерживать эмоции в публичных выступлениях, равно как и в общении в целом, имеет непредсказуемый результат. Может способствовать большей убедительности при приведении аргументирующих фактов в дискуссии или указать на несдержанность оратора, на его некомпетентность.

Однако, если грамотно использовать психологические приемы аргументации можно расположить к своему мнению аудиторию и добиться желаемых результатов.

Воздействие, или экспрессивная функция речи — «выражение направленных эмоций», «прагматическое намерение воздействовать на получателя в нужном говорящему направлении, заставить его что-то сделать, удовлетворить просьбу, вызвать в нём определённые чувства». [5]

Пример прагматичного использования эмотивизации академической речи. В коммерческих интересах, предприниматель представляет презентацию губернатору о плохом состоянии окружающей среды в определенном территориальном районе, с целью добиться разрешения на строительство завода, перерабатывающего мусор. При этом вероятно используются эмотивы, способные оказать аргументационную эффективность и убедительность – приведение фактов негативного воздействия на экологию, вызывающих сильные эмоции (прежде всего тревоги за собственное благополучие), что способствует более высокой вероятности склонения к своему мнению лиц, от которых зависит выдача разрешения на строительство.

Эмотивизацию используют для психоэмоциональной окраски речи, при этом приоритетным способом воздействия на аудиторию будет являться обращение к эмоциям и чувствам людей (радость, грусть, сопереживание, сочувствие, гнев и тд).

Эмотивность является компонентом выразительности, экспрессивности речи и отражает воздействие речи и текста на эмоциональную интеллектуальную сферу психики человека, передает отношение адресанта к предметам и явлениям объективной реальности.

Если грамотно использовать приемы и методы аргументации и эмотивизации академической речи, можно достичь успеха в ораторском деле, повысить коммерческую прибыль, найти единомышленников, склоняя к своему мнению людей и приобретая авторитет.

**Заключение**

Навык владения академическим красноречием приобретается постепенно, при продолжительном его использовании в профессиональной сфере или учебной деятельности и становится у людей приоритетным способом выражения своих мыслей в повседневной жизни. Иными словами, речь школьного учителя русского языка во время домашнего чаепития, сильно отличается от подобного общения человека, не имеющего необходимости применения в своей работе академической речи, например рабочего физического труда или технической специальности (сантехник, автомеханик и тд). Но безусловно, на формирование подобного устойчивого навыка влияют и масса других факторов, кроме работы. Это уровень образования, воспитание в семье, непосредственное общение с образованными и культурными людьми на протяжении длительного времени, чтение книг. Поэтому будет ошибочным суждение о способности человека выражать свои мысли академической речью, опираясь только на знание о его специальности.

Одним из известных мастеров речи был зарубежный писатель, специалист в области ораторского искусства и человеческих взаимоотношений Дейл Карнеги. Его работы переведены на множество языков, имеют популярность среди широкого круга читателей, желающих получить навык ораторского мастерства, успешность применения которого будет зависеть от знания психологии, а также умения использовать механизмы и приемы речи.[2]

Искусство убеждения изучают профессиональные маркетологи, а также предприниматели различных направлений, применяя различные способы привлечения внимания аудитории с целью реализации своего товара или услуг.

В современном мире, в виду широкой популяризации информационной среды развивается новое направление аргументации – копирайтинг, добавляя в нашу речь огромное количество новых узкоспециальных терминов, а в искусство аргументации новые методы убеждения и презентации своих мыслей через информационную среду.[6]

**Список использованных источников и литературы**

1. Ильин Е.П. Психомоторная организация человека: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003. – 384 с.
2. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ./Общ. ред. и предисл. Зинченко В.П. и Жукова Ю.М. – М.: Прогресс, 1989. – 720 с.
3. Ленько Г. Н. Уровни анализа текстовой эмотивности (на примере текстов художественного стиля) // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2014. Т. 1. № 2. С. 192—201.
4. Леонгард К. Акцентуированные личности. - Ростов Н/Д: Феникс, 2000. — 544 с.
5. Нашхоева М. Р. Лингвистическая концепция эмоций и эмотивности текста // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Сер. Лингвистика. 2011. № 1 (218). С. 95-98.
6. Шардаков Д. Копирайтинг с нуля. – Москва : Издательство АСТ : Кладезь, 2020. – 352 с.
7. <https://prepod.nspu.ru/mod/page/view.php?id=126876>
8. <https://studme.org/380782/ritorika/priemy_argumentatsii_lektsii>
9. <https://infourok.ru/priyomy-argumentacii-uroki-podgotovki-k-sochineniyu-rassuzhdeniyu-s1-ege-4291241.html>
10. <https://prepod.nspu.ru/mod/page/view.php?id=126876>
11. <https://damienmilay.com/basis/emotivnost-chto-eto-v-psihologii-opredelenie-i-harakteristika-tipa-lichnosti/>