

Панкратова А.А. Особенности ведения спора в зависимости от мотивации участников



English version: [Pankratova A.A. Characteristics of conducting an argument versus motivation of the participants](#)

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, Москва, Россия

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Анализируется содержание спора как деятельности в зависимости от мотивации участников: спор ради истины, спор ради убеждения, спор ради победы, спор-спорт. В споре ради истины приводятся только рациональные доводы в пользу противоположных точек зрения, формулировка компромиссного решения возможна при оценке силы аргументации. В споре ради убеждения, чтобы побудить оппонента к определенным действиям, используются эмоциональные доводы (через обращение к потребностям оппонента). Спор ради победы связан с доказательством правоты своей точки зрения и критикой аргументов противника, участники спора используют уловки (дискредитируют оппонента как источник информации или как человека в целом). Спор-спорт – это переход на личности, каждый из участников пытается произвести благоприятное впечатление о себе и принизить оппонента в глазах аудитории. Приводятся результаты формирования умения вести дискуссию и гипотезы, подлежащие проверке в дальнейших исследованиях (о рациональном и эмоциональном способах убеждения; факторах, определяющих победу в споре; способах нейтрализации уловок).

Ключевые слова: спор, дискуссия, идеальная модель ведения дискуссии, рациональные доводы, эмоциональные доводы, косвенный способ убеждения, уловки в споре, нейтрализация уловок

Спор представляет собой столкновение противоположных точек зрения. Как правило, противоположные точки зрения связаны с желанием оппонентов действовать противоположным образом в спорной ситуации. Например, спор на тему «Нужно ли запрещать курение в общественных местах (ресторанах, кафе и т.д.)?» может возникнуть между курильщиками, которые хотят курить за столиками в ресторане, и некурильщиками, которые не хотят, чтобы рядом с ними в ресторане курили. Конечно, каждый из оппонентов исходит из собственных интересов, что в ситуации спора будет обсуждаться в качестве доводов сторон. Таким образом, спор – это внешнее проявление конфликта, при этом, в зависимости от мотивации сторон, спор будет протекать по-разному.

Один из центральных специалистов в области спора, русский логик С.И.Поварнин выделяет четыре разновидности спора в зависимости от мотивации участников: 1) спор ради истины; 2) спор ради убеждения; 3) спор ради победы; 4) спор-спорт [Поварнин, 1996]. Если вернуться к нашему примеру, спор ради истины – это поиск компромиссного решения, которое удовлетворит курильщиков и некурильщиков; спор ради убеждения – попытка убедить курильщиков отказаться от курения в ресторанах; спор ради победы – попытка курильщиков и некурильщиков доказать свою правоту и разбить доводы противника в присутствии третьих лиц; спор-спорт – переход на личности, взаимные оскорбления.

Немецкий психолог Г.Бликли предлагает два критерия, с помощью которых можно описать мотивацию спорщика: 1) цель – консенсус или утверждение; 2) объект внимания – позиции

участников или сами участники [Blickle et al., 1997]. Сочетание этих двух критериев дает представление о четырех мотивах (см. табл. 1), что полностью согласуется с классификацией С.И.Поварнина: 1) консенсус позиций (спор ради истины); 2) согласие участников спора (спор ради убеждения); 3) утверждение своей позиции против позиции оппонента (спор ради победы); 4) утверждение себя против оппонента (спор-спорт). Учитывая, что за позицией всегда стоит человек, который ее высказывает, можно говорить о двух глобальных стратегиях поведения в споре – стремление к консенсусу или утверждению.

Таблица 1

Мотивы участников спора по Г.Бликли

Объект внимания	Цель	
	Консенсус	Утверждение
Позиции	Консенсус позиций	Утверждение своей позиции против позиции оппонента
Участники	Согласие участников спора	Утверждение себя против оппонента

В зависимости от того, какую стратегию человек использует, конфликт, который лежит в основе спора, будет разрешаться или обостряться. В первом случае, когда стороны стремятся к консенсусу, речь идет про продуктивный конфликт; во втором случае, когда стороны стремятся к утверждению, – про деструктивный конфликт [Дойч, 1997]. С другой стороны, каждая из этих стратегий поведения в споре может использоваться специально: в первом случае спор можно рассматривать как метод разрешения конфликта (например, в ситуации переговоров для разрешения спорных производственных вопросов), во втором случае – как метод имитации конфликта (например, в ситуации ТВ-дебатов, чтобы утвердить свою программу и себя лично на политической арене).

В чем же заключаются особенности ведения спора в зависимости от мотивации участников?

Спор ради истины

Спор ради истины представляет собой рациональное обсуждение противоположных точек зрения с целью прийти к более правильному мнению или компромиссному решению спорного вопроса. Термин «истина» употребляется в значении «направить на путь истины» – на правильный путь, который приведет к правильным действиям [Ожегов, 1991]. Спор ради истины обычно называют дискуссией (от лат. *discussio* – исследование, рассмотрение, разбор), в этом названии отражена его главная особенность – конструктивность процесса обсуждения. В большей степени он характерен для естествознания (например, физики), где есть общепризнанная теория и по мере накопления экспериментальных данных, противоречащих теории, происходит ее уточнение или даже смена одной парадигмы на другую [Роль дискуссии ... , 1986].

Мы будем рассматривать дискуссию в прикладном аспекте как технику достижения компромисса, когда есть разногласия при принятии решения (например, в сфере политики, бизнеса и т.д.). Дискуссия начинается с решения, правильность которого подвергается сомнению (по формуле «Нужно ли...?», здесь и далее в скобках указаны лингвистические маркеры). Главное достоинство этой техники заключается не в самом переходе от противоположных точек зрения к компромиссу, а в том, что компромиссное решение в конце дискуссии является более правильным, чем изначально заявленное. В общем виде это можно пояснить следующим образом: компромиссное решение в конце дискуссии представляет собой изначально заявленное решение, сформулированное с учетом доводов оппонента.

Тезис / антитезис, доводы и демонстрация тезиса / антитезиса – это логическая структура дискуссии, которая описана во всех учебниках по теории и практике аргументации или в соответствующем разделе в учебниках по логике (см., например, [Войшвилло, Дегтярёв, 2001; Зайцев, 2007; Ивин, 1997; Ивлев, 2002; Кириллов, Старченко, 2001; Рузавин, 1997; Халперн, 2000]). По спорному вопросу «Нужно ли...?» можно выдвинуть две противоположные точки зрения – тезис («Я считаю, что нужно...») и антитезис («Я считаю, что не нужно...»), для доказательства которых каждый из оппонентов приводит доводы («Потому что...»). Кроме того, оппоненты показывают связь между приведенными доводами и своей точкой зрения («Следовательно», «Поэтому», «Таким образом»), или, другими словами, демонстрируют тезис и антитезис (см. рис. 1).

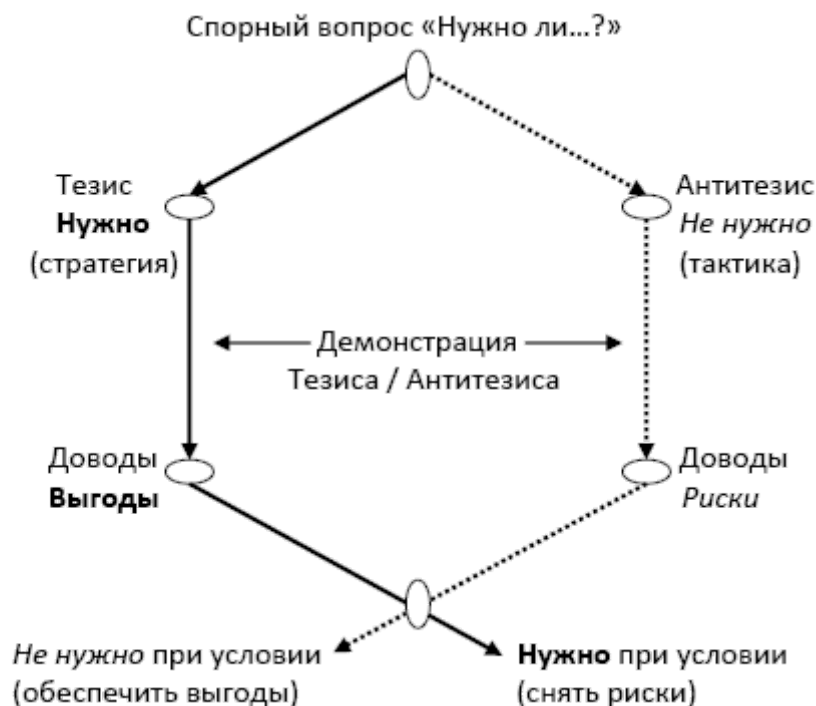


Рис. 1. Идеальная модель ведения дискуссии.

С выделением этапов дискуссии дело обстоит не так однозначно (см. разные варианты этапов: [Стешов, 1991, с. 24; Ивлев, 2002, с. 205]). Приведем в качестве примера стадии критической дискуссии, предложенные Ф.Х.ван Еемереном, Р.Гроотендорстом в рамках прагма-диалектического подхода [Еемерен, Гроотендорст, 1992; Eemeren, Grootendorst, 1992, 2003]: 1) стадия конфронтации (конкретно формулируются различия в точках зрения); 2) открывающая стадия (распределение ролей и стартовых позиций, соглашение о правилах дискуссии); 3) стадия аргументации (аргументация противоположных точек зрения и критика аргументации); 4) заключительная стадия (установление результатов дискуссии). Стоит отметить, что на четвертой стадии речь идет о принятии одной из точек зрения в свете приведенных аргументов, что по сути не является компромиссным решением.

В рамках диссертационной работы нами была предложена идеальная модель ведения дискуссии – этапы дискуссии и алгоритм прохождения каждого из этапов [Панкратова, 2006]. Мы рассматриваем дискуссию как деятельность, направленную на достижение мотива – компромиссное решение (особенности строения человеческой деятельности см.: [Леонтьев, 2001, с. 82–90]). Как любая деятельность, дискуссия включает в себя ряд последовательных действий, направленных каждое на свою цель в рамках общего мотива (этапы дискуссии). В свою очередь, в состав каждого действия входит определенный набор операций, который будет исполняться участниками спора с учетом темы обсуждения (алгоритм прохождения каждого из этапов). В отличие от модели Ф.Х.ван Еемерена и Р.Гроотендорста выделенные нами этапы дискуссии связаны исключительно с ее логической структурой.

Этапы дискуссии: 1) выяснение тезиса и формулировка антитезиса (цель – установить пункты разногласия); 2) аргументация тезиса и антитезиса (цель – привести доводы в пользу тезиса и

антитезиса); 3) оценка аргументации тезиса и антитезиса (цель – выделить наиболее сильные доводы в пользу тезиса и антитезиса); 4) формулировка компромиссного решения (цель – сформулировать компромиссное решение с учетом сильных доводов оппонента). В ряде экспериментальных исследований нами было показано, что сформированность у участников структурно-процессуальных компонентов спора повышает результативность ведения дискуссий [Погожина, Панкратова, 2005а; Панкратова, 2005]. Формулировка компромисса возможна только в том случае, если участники спора на этапе оценки аргументации не критикуют, а оценивают силу доводов оппонента и даже готовы предложить свои доводы в пользу противоположной точки зрения.

Поясним на примере, как работает техника ведения дискуссии. Предположим, одна из фракций Государственной думы подготовила законопроект о запрете курения в общественных местах (ресторанах, кафе и т.д.) и выносит его на обсуждение: «Нужно ли запрещать...?». Партия, которая является инициатором законопроекта, выдвигает тезис: «Мы считаем, что нужно...». Оппозиция формулирует антитезис в общем виде: «Мы считаем, что не нужно...». Далее каждый из оппонентов приводит доводы в пользу своей точки зрения: 1) «Нужно, потому что это исключит пассивное курение, исключит плохой пример для подрастающего поколения, может стать дополнительным поводом для курильщиков бросить курить и т.д.»; 2) «Не нужно, потому что это приведет к снижению доходов ресторанов, может привести к акциям протеста со стороны курильщиков и т.д.». Как мы видим, доводы в пользу тезиса представляют собой выгоды, которые последуют за принятием решения, доводы в пользу антитезиса – риски решения.

При оценке аргументации происходит выделение самых сильных доводов в пользу противоположных точек зрения. В нашей дискуссии объективно самый сильный довод за тезис – «Это исключит пассивное курение в ресторанах» (главная выгода), а самый сильный довод за антитезис – «Это приведет к падению доходов ресторанов» (главный риск). Формулировка компромиссного решения в конце дискуссии происходит через сильный довод оппонента (см. рис. 1). Если мы идем от антитезиса «Не нужно...» (консерваторы) – тактическое решение: «Не нужно при условии соблюдения рестораторами определенных требований к вентиляции» (исключаем пассивное курение без введения законопроекта). Если от тезиса «Нужно...» (революционеры) – стратегическое решение: «Нужно при условии налоговых льгот для принимающих это решение рестораторов и т.п.» (компенсируем падение доходов ресторанов при введении законопроекта).

Спор ради убеждения

Спор ради убеждения в чистом виде встречается в рекламе и пропаганде и преследует цель побудить оппонента (или аудиторию как возможного оппонента) к определенным действиям (в рекламе – к приобретению товаров и услуг, в пропаганде – к определенному образу жизни). Что интересно, пропагандой называлось духовное общество, учрежденное в Риме в 1622 году для того, чтобы обращать язычников в католичество и бороться с еретиками. Мы под пропагандой имеем в виду социальную рекламу, которую можно разделить на две большие группы – против нарушения правил дорожного движения и против вредных привычек. Как в рекламе, так и в пропаганде используются рациональный и эмоциональный способы убеждения с той лишь разницей, что: 1) в рекламе приводятся рациональные доводы в пользу товара (выгоды), а в пропаганде – рациональные доводы против неправильного образа жизни (риски); 2) в рекламе пытаются вызвать положительные эмоции по отношению к товару, в пропаганде – отрицательные эмоции по поводу неправильного образа жизни.

Сила рациональных доводов связана с тем, насколько они подкрепляются эмпирическими данными: результатами исследований, статистикой и т.д. (пример исследования на эту тему: [Rips et al., 1999]). В споре ради убеждения, помимо содержания аргументации, большое значение имеют личностные особенности оратора – кто передает сообщение и как он это делает (про слагаемые убеждения см.: [Майерс, 2004]). В экспериментальном исследовании рационального способа убеждения нами было показано, что убедительность (убедительно / неубедительно) связана с содержанием аргументации, а степень убедительности (насколько убедительно) – с такими факторами, как «Компетентность оратора в данном вопросе» и «Убежденность в своей точке зрения» [Погожина, Панкратова, 2005б; Панкратова, 2006].

Каким образом можно вызвать у аудитории положительные эмоции по отношению к товару или отрицательные эмоции по поводу неправильного образа жизни? Чтобы ответить на этот вопрос, нужно понять, что такое эмоции и как они возникают в обыденной жизни [Панкратова, 2010] (см. рис. 2). Первый тезис: эмоции ситуативны, то есть эмоция – это всегда реакция на некоторое событие (Событие – Эмоция) [Леонтьев, 2001, с. 471–478]. В свою очередь, эмоция определяет дальнейшее поведение человека, связанное с ключевым событием (Эмоция – Поведение). В случае положительной реакции возникает поведение «Присвоить», в случае отрицательной – поведение «Избавиться». Второй тезис: эмоции – это наша реакция не столько на событие, сколько на то, как мы его интерпретируем (Событие – Оценка события – Эмоция) [Бек, 1998; Васильев, 2003]. Положительные эмоции возникают, если событие было оценено как положительное, а отрицательные – если событие было оценено как отрицательное.

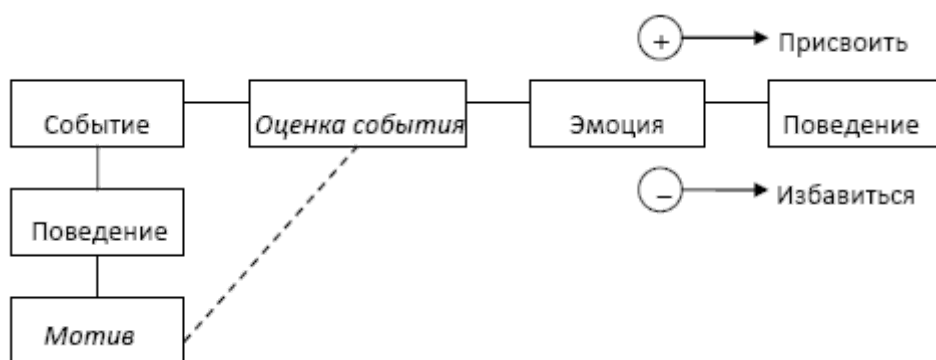


Рис. 2. Общая схема анализа поведения.

Третий тезис: эмоция – это индикатор мотива, или, другими словами, положительно было оценено событие, которое способствует достижению мотива, а отрицательно – событие, которое препятствует этому (Мотив – Оценка события) [Леонтьев, 2001, с. 471–478]. По поведению человека до ключевого события можно предположить его мотив, но не всегда эти предположения будут точными (Мотив – Поведение). Поясним схему на примере: сотрудник фирмы, ориентированный на карьерный рост (Мотив), успешно выполнил проект (Поведение) и получил предложение перейти на другую должность (Событие). Его эмоциональная реакция на событие (Эмоция) и дальнейшее поведение (Поведение) будут зависеть от того, как он оценит это предложение: как способствующее или препятствующее карьерному росту (Оценка события).

В рекламе в качестве такого события выступает товар, который оценивается как способствующий удовлетворению базовых потребностей аудитории; в пропаганде – неправильный образ жизни, который оценивается как препятствующий их удовлетворению. На основании анализа текстов рекламы, предъявлявшейся в течение года по центральным каналам телевидения, лингвистами были выделены позитивные доминантные сценарии (Д-сценарии) [Котов, б.г.]. Они представляют собой разные способы оценки товара, использующиеся в рекламе для вызова положительных эмоций. Что интересно, эти сценарии полностью соотносятся с иерархией потребностей по А.Маслоу [Хьелл, Зиглер, 1999; Панкратова, 2008] (см. рис. 3). При рекламировании одного и того же товара могут использоваться разные Д-сценарии: например, кофе может давать превосходство, привлекать внимание других людей, способствовать творчеству и т.д.

судебное разбирательство; также к этому виду спора можно отнести всевозможные ТВ-дебаты. Предположим, в ТВ-дебатах один из участников доказывает, что в России необходимо ввести смертную казнь (тезис), потому что это уменьшит количество тяжких преступлений (довод). Для того чтобы усилить довод, он приводит в пример другие страны, где введение смертной казни снизило количество преступлений. Критика будет сводиться к уничтожению доказательной базы, которая стоит за доводом: оппонент может привести контрпример, когда введение смертной казни не повлияло на количество преступлений, или предложить другое объяснение (показать, что снижение преступлений было связано с другой причиной).

Данный вид спора имеет значение только в присутствии третьих лиц, поскольку именно они отдают победу одному из участников. Мотивация победить расшифровывается как «убедить аудиторию в правильности своей точки зрения». Поэтому, помимо рациональных доводов, которые могут подвергаться критике со стороны оппонента, используются обращенные к аудитории эмоциональные доводы. Например, в споре по поводу отмены суда присяжных оппонент может апеллировать к аудитории и связывать отмену суда присяжных с нарушением потребности в безопасности («Для профессионального судьи обвиняемый априори является виновным»). Кроме того, оппоненты в ходе спора сообщают некоторую личную информацию о себе, что может рассматриваться как косвенный способ убеждения. Таким образом они пытаются, с одной стороны, повысить убедительность своих доводов, а с другой стороны, добиться победы через симпатию к себе как к человеку.

Эта тема безотносительно к спору обсуждается в учебниках по саморекламе [Лебедев-Любимов, 2007], руководствах по имиджу [Имидж лидера..., 1994] и т.д. В качестве основных имиджевых эффектов выделяют: 1) влияние (имеет высокие достижения, близок к власти); 2) позитивность (хороший, порядочный человек); 3) близость («свой парень»); 4) яркость (творческий, неординарный человек) [Змановская, 2005]. Предполагается, что харизматичная личность производит впечатление влиятельного, позитивного, близкого и яркого человека одновременно. Такие эффекты, как влияние–близость, позитивность–яркость могут вступать в противоречие: общение на равных исключает иерархию в отношениях, а яркости иногда добиваются через асоциальное поведение. Когда разрабатывают имидж руководителя, делают акцент на влияние и позитивность, при необходимости воздействовать на большую аудиторию (например, при работе на ТВ) акцент смещается на позитивность.

Если участники спора стремятся к победе любой ценой, в споре могут использоваться софизмы – это намеренное допущение логических ошибок в структуре аргументации [Аристотель, 1978, с. 533–593; Поварнин, 1996]. В отличие от ряда авторов (см., например: [Панкратов, 2001; Винокур, 2005]) мы не рассматриваем допущение ошибок в структуре аргументации в качестве уловок, потому что в ситуации спора трудно определить, делается это намеренно или по логической неграмотности. Хотя признаем, что среди ошибок можно выделить такие, которые чаще будут допускаться намеренно (ложный довод и нарушение связи между доводом и точкой зрения). Под уловками же в споре мы понимаем переход на личности с целью дискредитировать оппонента как источник информации или как человека в целом. Анализ подобного вида споров показал, что содержательно переход на личности связан с ударом по влиятельности и позитивности оппонента.

Таким образом, сочетание этих двух критериев дает четыре группы уловок – удар по влиятельности и позитивности на уровне диалога («Некомпетентны в этом вопросе» и «Неискренне говорите») и удар по влиятельности и позитивности по большому счету («Неудачник» и «Непорядочный человек»). Что интересно, уловки, связанные с дискредитацией оппонента как источника информации, полностью согласуются с выделенными нами факторами, повышающими убедительность сообщения. При ответе на уловки «Некомпетентны в этом вопросе» и «Неискренне говорите» используется сходная стратегия ответа («Апелляция к действительности»), цель которой – показать владение темой или показать, что слова не расходятся с делом (соответственно). Каким образом происходит нейтрализация уловок «Неудачник» и «Непорядочный человек», будет подробно разбираться в следующем разделе, так как эти обвинения являются основой спора-спорта.

Проанализируем содержание спора между В.И.Анпиловым и В.В.Жириновским, в котором по результатам зрительского голосования одерживает победу В.И.Анпилов (программа «К барьеру», выпуск 86, первый раунд). Каждый из оппонентов приводит рациональные доводы в пользу своей точки зрения и критикует доводы оппонента, в результате чего по количеству рациональных доводов

участники оказываются на равных (см. табл. 2). Кроме этого В.В.Жириновский использует обращенный к аудитории эмоциональный довод: связывает объединение оппозиционных партий в парламенте с одобрением людей («Сможем выполнять обещания, которые даем народу»). Что касается косвенного способа убеждения, В.И.Анпилов делает акцент на позитивность («Несу людям правду», «Не продался за деньги» и т.д.), а В.В.Жириновский – на влияние («ЛДПР с 1989 года в парламенте, мы не кончаемся», «За борьбу в парламенте» и т.д.).

Ключевая уловка поединка, после которой произошел перелом в голосовании, – обвинение «Непорядочный человек» в адрес В.В.Жириновского («Вы как девушка легкого поведения...»). В.В.Жириновский при ответе на уловку использует стратегию – встречное обвинение («Даже если перейти на сравнение с девушками, то более продуктивна девушка легкого поведения, чем старая дева. Вот Вы – старая дева...»), тем самым косвенно признает обвинение в свой адрес. В свою очередь, В.И.Анпилов при ответе на встречную уловку «Неудачник» использует стратегию рефрейминг: придает другой смысл обвинению («Пусть я останусь старой девой, но народу своему я не изменю»). При исследовании данного вида спора нас интересует, каким образом аудитория принимает решение о победе в случае: 1) симпатии к оратору, но несогласия с его точкой зрения; 2) согласия с точкой зрения, но антипатии к оратору. Предположительно, антипатия к оратору будет более серьезным барьером при принятии решения о победе, чем несогласие с точкой зрения оратора.

Таблица 2

Логическая структура дебатов «В.И.Анпилов – В.В.Жириновский»

В.И.Анпилов	В.В.Жириновский
<p>Антитезис Я считаю, что «Трудовая Россия» не должна объединяться с ЛДПР в парламенте.</p> <p>Доводы в пользу антитезиса (риски)</p> <p>– Потому что в парламенте нет реальной оппозиции. Я могу это подтвердить тем, что ЛДПР голосует так же, как партия власти (примеры). Оппонент опроверг (поддерживали только то, что было в программе ЛДПР).</p> <p>+ Потому что президент и депутаты не охраняют конституцию. Я могу это подтвердить принятием законов, нарушающих права граждан (примеры). Оппонент привел свой пример (указ президента Б.Н.Ельцина).</p>	<p>Тезис Я считаю, что «Трудовая Россия» должна объединиться с ЛДПР в парламенте.</p> <p>Доводы в пользу тезиса (выгоды)</p> <p>+ Потому что объединение оппозиционных партий позволит влиять на законотворчество. Я могу это подтвердить тем, что по инициативе ЛДПР не был принят ни один закон. Оппонент согласился.</p>

Спор-спорт

В качестве эпиграфа, который наилучшим образом характеризует данный вид спора, можно привести цитату из монолога М.М.Жванецкого «Стиль спора»: «...Мы овладеваем более высоким стилем спора. Спор без фактов. Спор на темпераменте. Спор, переходящий от голословного утверждения на личность партнера. Что может говорить хромой об искусстве Герберта фон Караяна, если ему сразу заявить, что он хромой? О чем может спорить человек, который не поменял паспорт? Какие взгляды на архитектуру может высказать мужчина без прописки? Поведение в споре должно быть простым: не слушать собеседника, а разглядывать его. В самый острый момент попросить документы, попросить

характеристику с места работы, легко перейти на «ты», сказать: «А вот это не твоего ума дело», и ваш партнер смягчится, как ошпаренный...» (записано с аудиозаписи выступления М.М.Жванецкого).

Даже если такой спор начинается с обсуждения темы, участники практически сразу переходят на личности. Со стороны это выглядит как ссора или скандал – жесткий, нелюбезный разговор на повышенных тонах. Сравнение данного вида спора со спортом можно пояснить следующим образом. В спорте соревнование между представителями разных стран (городов, школ) происходит в присутствии судейской коллегии, определяющей, кто из участников показал более высокие результаты. В данном виде спора каждый из участников пытается произвести благоприятное впечатление о себе и принизить оппонента в глазах аудитории, которая выносит вердикт о результатах поединка. При этом каждый из оппонентов является представителем определенной группы людей, то есть борется за «честь группы» (например, спор может возникнуть между творческой интеллигенцией и желтой прессой, политиками и юмористами, мужчинами и женщинами и т.д.).

Как правило, участники спора пытаются самоутвердиться по двум направлениям: кто имеет более высокие достижения (влиятельность) и кто является более порядочным человеком (позитивность). Содержанием такого спора являются комплименты в свой адрес и обвинения в адрес оппонента («Я успешный, ты неуспешный», «Я хороший, ты плохой») или просто взаимные обвинения («Ты неуспешный / Нет, ты неуспешный»; «Ты плохой / Нет, ты плохой»). Обвинения представляют собой удар по влиятельности и позитивности – уловка «Неудачник» и уловка «Непорядочный человек» (соответственно). Чаще всего используются уловки из серии «Непорядочный человек», видимо, потому, что удар по позитивности является более губительным для репутации человека. Если говорить о ТВ-дебатах, то здесь некоторые ораторы используют такой прием, как чередование комплиментов и обвинений в адрес оппонента, что, на наш взгляд, делает их позицию более объективной в глазах аудитории и повышает доверие к обвинениям в адрес оппонента.

Что интересно, лингвистами на основании анализа публицистических текстов (цикл программ С.Доренко) были выделены негативные Д-сценарии – виды обвинений, чтобы дискредитировать оппонента в глазах аудитории [Котов, б.г.; Котов, 2003]. По содержанию негативные Д-сценарии, связанные с поведением оппонента, касаются (в скобках указаны названия Д-сценариев): разных вариантов непрофессионального поведения (неадекватность, непоследовательность, эмоциональность) и разных вариантов непорядочного поведения (опасность, ограничение, присвоение ресурса, обман, манипулирование, планирование, субъективность, бездействие). Как мы видим, вторая группа Д-сценариев является более многочисленной, что косвенно подтверждает нашу гипотезу о более негативном влиянии таких обвинений на репутацию человека.

На основании анализа подобного вида споров нами были выделены разные способы ответа на обвинения или, другими словами, способы нейтрализации уловок. При ответе на уловки «Неудачник» и «Непорядочный человек» используются четыре основные стратегии: 1) стратегия «Встречное обвинение» – оппонент отвечает уловкой на уловку; 2) стратегия «Рефрейминг» – оппонент придает обвинению другой смысл, переводит обвинение в плюс; 3) стратегия «Высокий стиль» – оппонент не отвечает на уловку; 4) стратегия «Опровержение» – оппонент отрицает все обвинения в свой адрес. Предположительно, самой неэффективной стратегией является встречное обвинение, а самой эффективной – рефрейминг. Нападение в ответ на уловку будет расцениваться аудиторией как признание своей вины, а перевод обвинения в плюс будет, напротив, снимать все подозрения с обвиняемого.

В использовании стратегий «Высокий стиль» и «Опровержение» есть нюансы. Если участник спора не отвечает на обвинения, это может восприниматься аудиторией как «пропуск ударов». Если оппонент постоянно повторяет одно и то же обвинение и не получает ответа, это, скорее всего, будет работать против него самого. Исполнение этой стратегии может быть усилено с помощью комментария по типу: «Я услышал, что Вы сказали, но не считаю нужным опускаться до встречных оскорблений». При опровержении обвинений важно, насколько искренне человек это делает. Искренность считывается прежде всего по невербальным сигналам (контакт глаз, интонация и т.д.), но кроме этого имеет значение подробность ответа (недостаточно одной фразы «Ерунда», «Бред», «Это неправда», чтобы тебе поверили). Таким образом, в зависимости от способа нейтрализации уловки, симпатия аудитории будет на стороне того, кто уловку использует, или на стороне того, кто на уловку отвечает.

Проанализируем содержание спора между В.В.Жириновским (представитель «политиков») и Г.В.Хазановым (представитель «юмористов») – пример спора ради самоутверждения (программа «К барьеру», выпуск 29, первый раунд). В табл. 3 перечислены основные обвинения в адрес В.В.Жириновского и Г.В.Хазанова и стратегии ответа, которые использует каждый из дуэлянтов (текст дебатов приводится не дословно, с сокращениями). В скобках после формулировки обвинений приводятся названия негативных Д-сценариев, о которых говорилось выше (диагностика проводилась при поддержке лингвистов). Как мы видим, в основном оппоненты обвиняют друг друга в непорядочном поведении (уловка «Непорядочный человек»), есть единственное обвинение в непрофессиональном поведении в адрес Г.В.Хазанова (уловка «Неудачник»).

По результатам голосования телезрителей победу в споре одерживает Г.В.Хазанов, то есть он произвел более благоприятное впечатление на аудиторию. Символами плюс / минус отмечены наши предположения о том, на основании какой информации у аудитории сложилось впечатление об ораторах («+» – уловка сработала; «-» – уловка не сработала; «+/-» – уловка частично сработала). В.В.Жириновский при нейтрализации уловок использует в основном стратегию «Высокий стиль» (не отвечает), которая в данном случае не срабатывает (воспринимается как «пропуск ударов»). Это связано с тем, что Г.В.Хазанов чередует комплименты и обвинения в адрес оппонента, при этом его обвинения носят конкретный характер (связаны с конкретными фактами из биографии оппонента). В свою очередь, сам Г.В.Хазанов при нейтрализации уловок использует все стратегии (кроме встречного обвинения) и делает это с юмором.

Таблица 3

Уловки и способы их нейтрализации в дебатах «В.В.Жириновский – Г.В.Хазанов»

Уловки против В.В.Жириновского	Уловки против Г.В.Хазанова
<p>Уловка «Непорядочный человек»</p> <p>+ Хотел делать со страной то, что я должен был делать по сценарию «Маленький гигант большого секса» (Д-сценарий «Планирование»). Не ответил.</p> <p>+ Фраза Жириновского: «Вы обращаетесь к разуму, а я к инстинкту». Лишает население мозга, сознания (Д-сценарий «Манипулирование»). Не ответил.</p> <p>+ Много автомобилей, квартир на партию. Не доверяет членам своей партии. Все оформляет на себя (Д-сценарий «Присвоение ресурса»). Не ответил.</p> <p>– Прислал Б.Н.Ельцину ящик своей водки. Спаивал президента (Д-сценарий «Планирование»). Рефрейминг (мы всем направили).</p> <p>+ Жириновский сказал, что я поджег Театр эстрады. Он же шоумен, актер. Он понимает, если говорить правду, нет конфликта (Д-сценарий «Обман»). Не ответил.</p>	<p>Уловка «Неудачник»</p> <p>+/- Высмеиваете простых людей. Любовник у Вас вечно в холодильнике. Вы над властью пошутите (Д-сценарий «Непоследовательность»). Рефрейминг (не так плохо народ живет, есть холодильник), но комментарий В.В.Жириновского (нет квартиры, нет возможности снять номер в гостинице).</p> <p>Уловка «Непорядочный человек»</p> <p>– Такие как Вы разрушили страну. С 45 г. они смеются над нашим народом. 100 лет назад они вооруженным путем уничтожили Российскую империю (Д-сценарий «Опасность»). Опроверг (С.Мрожек: «Мне трудно считать Вас партнером в дискуссии, у Вас галлюцинации»).</p> <p>– Страна в крови, а у него «Маленький гигант большого секса» (Д-сценарий «Субъективность»). Рефрейминг (Вы не победили на выборах, можно сниматься в кино).</p> <p>+/- Вы все были провокаторами. В мирное время они высмеивают страну, а в дни революции становятся на сторону тех, кто разрушает страну (Д-сценарий «Опасность»). Не ответил на повторное обвинение.</p>

+/- Умирал, хотел стать министром рыбной промышленности (просил Коржакова, чтобы тот уговорил Ельцина), потому что любит рыбу (Д-сценарий «Субъективность»).

Опроверг одной фразой очень подробное обвинение, перевел разговор на другую тему.

+ Если бы Вы так часто не целовали проститутку, я бы и Вас поцеловал. Но после того как Вы с Чичолиной оказались в кадре... (Д-сценарий «Субъективность»).

Не ответил.

– Поливал меня грязью, травил анекдоты с крыши Белого дома (Д-сценарий «Манипулирование»). Опроверг (речь шла о Ленине; если бы я Вас поливал, Вы бы выросли).

– Лишаете население разума своим юмором. Не та национальность, не так одеты, не так поели, не так сказали (Д-сценарий «Манипулирование»).

Опроверг (с конца 90-го года в юмористических передачах не участвую).

– Вам пенсия не положена, Вы никогда не работали. Высмеяли кулинарный техникум – везде Макдональдс (Д-сценарий «Опасность»).

Опроверг (если бы после моего высмеивания все исчезало, как Вы здесь до сих пор?).

– Поджиг Театр эстрады (Д-сценарий «Присвоение ресурса»).

Опроверг (это все равно, что сказать: «Жириновский позавчера изнасиловал Новодворскую в подъезде». Бред).

+/- Сдаете театр под Чикагский мюзикл, погубили всю эстраду, раньше были хорошие концерты (Д-сценарий «Присвоение ресурса»).

Не ответил, так как закончился первый раунд.

Заключение

Сравнительный анализ видов спора в зависимости от мотивации участников можно представить в виде следующей схемы-метафоры (см. рис. 4). Спор ради истины – вершина, идеальная модель ведения спора; обозначенные ниже виды спора – постепенное отступление от идеальной модели. Спор-спорт представляет собой полное отступление от идеальной модели (самоутверждение участников без обсуждения темы).

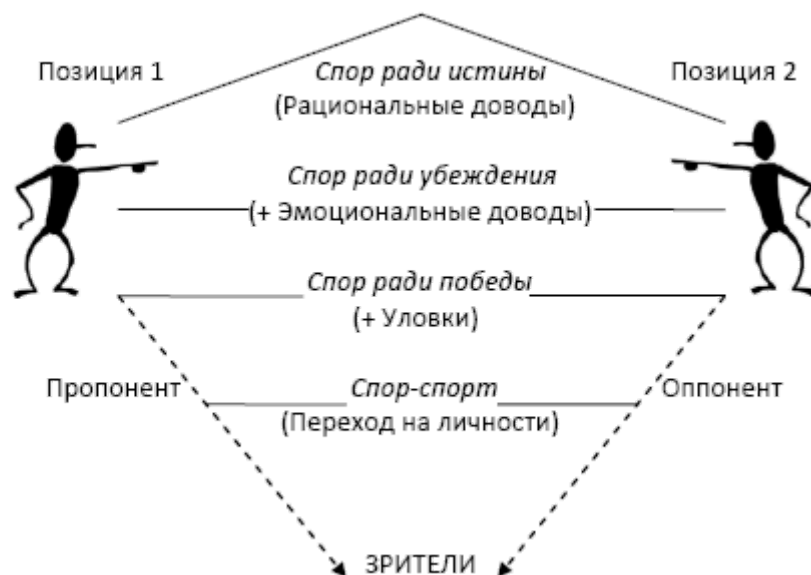


Рис. 4. Сравнительный анализ видов спора в зависимости от мотивации участников.

Спор ради истины: спор «на уровне головы»; взаимное уважение оппонентов друг к другу, только рациональные доводы в пользу противоположных точек зрения, оценка силы аргументации. **Спор ради убеждения:** спор «на уровне сердца»; рациональные и эмоциональные доводы в пользу своей точки зрения, на уровень убедительности влияют личностные особенности оратора. Два последних вида спора имеют значение только в присутствии зрителей, поскольку именно зрители отдадут предпочтение одному из участников.

Спор ради победы: спор «ниже пояса»; рациональные доводы в пользу своей точки зрения и критика доводов оппонента, эмоциональные доводы к аудитории, на уровень убедительности влияют личностные особенности оратора, уловки с целью дискредитировать оппонента как источник информации или как человека в целом. **Спор-спорт:** переход на личности, попытка произвести благоприятное впечатление о себе и принизить оппонента в глазах аудитории, при этом каждый из оппонентов является представителем определенной группы людей.

В настоящий момент нами адаптируется методика Г.Бликли «Аргументативные стили» (перевод с немецкого языка), позволяющая диагностировать, как ведет себя человек в ситуации спора (стремится к консенсусу или утверждению, ориентирован на позиции участников или самих участников) [Blickle, 1996; Blickle at al., 2000]. С помощью этой методики планируется провести исследование психологических особенностей людей с разным аргументативным стилем и определить факторы, влияющие на формирование аргументативного стиля.

[Литература](#)

Аристотель. [Aristotle] О софистических опровержениях // Сочинения: в 4 т. М.: Мысль, 1978. Т. 2. С. 533–593.

Бек А. [Beck A.] Когнитивная терапия // Эволюция психотерапии: сб. ст.: пер. с англ. М.: Класс, 1998. Т. 2. С. 304–339.

Васильев А.Н. Тренинг преодоления конфликтов. СПб.: Речь, 2003.

Винокур В.А. Уловки в споре. СПб.: Речь, 2005.

Войшвилло Е.К., Дегтярёв М.Г. Логика: учеб. для вузов. М.: Владос, 2001.

Дойч М. [Deutsch M.] Разрешение конфликта (конструктивные и деструктивные процессы) // Социально-политический журнал. 1997. N 1. С. 202–212.

Еемерен Ф.Х. ван, Гроотендорст Р. [Eemeren F.H. van, Grootendorst R.] Аргументация, коммуникация и ошибки. СПб.: Васильевский остров, 1992.

Зайцев Д.В. Теория и практика аргументации: учеб. пособие. М.: Форум: Инфра-М, 2007.

Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: Речь, 2005.

Ивин А.А. Основы теории аргументации. М.: Владос, 1997.

Ивлев Ю.В. Логика: учебник. М.: Велби, 2002.

Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / ответ. ред. Е.В.Егорова-Гантман. М.: Знание, 1994.

Кириллов В.И., Старченко А.А. Логика: учеб. для юрид. вузов. М.: Юристъ, 2001.

Котов А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003.

Котов А.А. Общая модель. Д-сценарии [Электронный ресурс] // Гарпия.ru – лингвистические модели эмоциональной речи: сайт А.А.Котова. URL: <http://www.harpia.ru> (дата обращения: 21.11.2011) [in Russian and English]

Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2007.

Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии. М.: Смысл, 2001.

Майерс Д. [Myers D.] Социальная психология: пер. с англ. СПб.: Питер, 2004.

Найт С. [Knight S.] Руководство по NLP: пер. с англ. СПб.: Речь, 2000.

Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1991.

Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2001.

Панкратова А.А. Диагностика и формирование умения спорить // Вестник молодых ученых. 2004. Выпуск I. С. 171–177.

Панкратова А.А. Условия формирования логико-психологических компонентов дискуссии и критерии их диагностики: дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.

Панкратова А.А. Эмоциональный интеллект в сфере убеждения (на примере TV-рекламы) // Современная психология от теории к практике. Материалы XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2008» (Москва, 8–11 апреля 2008 года). Секция «Психология». М., 2008. Часть 4. С. 42–44.

Панкратова А.А. Практический, социальный и эмоциональный виды интеллекта: сравнительный анализ // Вопросы психологии. 2010. N 2. С. 111–119.

Поварнин С.И. Спор. О теории и практике спора. СПб.: Лань, 1996.

Погожина И.Н., Панкратова А.А. Диагностика и формирование структурно-процессуальных компонентов спора. // Вестник Московского университета. Серия 14, Психология. 2005а. N 1. С. 29–39.

Погожина И.Н., Панкратова А.А. Экспериментальное исследование влияния личностных особенностей коммуникатора на убедительность аргументации // Вестник Московского университета.

Серия 14, Психология. 2005b. N 4. С. 43–48.

Роль дискуссии в развитии естествознания: сб.ст. / отв. ред. М.Г.Ярошевский. М.: Наука, 1986.

Рузавин Г.И. Логика и аргументация. М.: Юнити, 1997.

Стешов А.В. Как победить в споре. О культуре полемики. СПб.: Лениздат, 1991.

Халперн Д. [Halpern D.] Психология критического мышления: пер. с англ. СПб.: Питер, 2000.

Хьелл Л., Зиглер Д. [Hjelle L., Ziegler D.] Теории личности: пер. с англ. СПб.: Питер, 1999.

Blickle G., Hauck S., Senft W. Assertion and consensus motives in argumentations // International journal of value-based management. 1997. Vol. 10(2). P. 193–203.

Blickle G. Wen interessieren schon die besseren Argumente? Skalenentwicklung und – validierung zu Durchsetzungs – und Konsensmotiven in Argumentationen // Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie. 1996. Vol. 17(2). S. 109–118.

Blickle G., Hauck S., Senft W. Motive in Argumentationen und ihre interaktionalen Korrelate // Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie. 2000. Vol. 21(1). S. 76–90.

Eemeren F.H. van, Grootendorst R. Argumentation, communication and fallacies. A pragma-dialectical perspective. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1992.

Eemeren F. H. van, Grootendorst R. A pragma-dialectical procedure for a critical discussion // Argumentation. 2003. Vol. 17(4). P. 365–386.

Rips L.J., Brem S.K., Bailenson J.N. Reasoning dialogues // Current directions in psychological science. 1999. Vol. 8(6). P. 172–177.

Поступила в редакцию 1 июня 2011 г. Дата публикации: 26 декабря 2011 г.

[Сведения об авторе](#)

Панкратова Алина Александровна. Кандидат психологических наук, младший научный сотрудник, факультет психологии, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, ул. Моховая, д. 11, стр. 9, 125009 Москва, Россия.

E-mail: alina_pankratova@mail.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Панкратова А.А. Особенности ведения спора в зависимости от мотивации участников [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 6(20). С. 11.

URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0070.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТЦ "Информрегистр". Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

[К началу страницы >>](#)