

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

# Дисциплина «Основы логической аргументации»



Преподаватель:  
директор ИСИ, доктор  
философских наук, профессор  
кафедры РК

*Пискорская Светлана Юрьевна*

## Лекция 3,4. ФОРМЫ МЫШЛЕНИЯ. Понятие.

### План

1. Понятие: признаки и знаковые формы
2. Виды понятий
3. Отношения между понятиями
4. Операции над понятиями
5. Правила формулирования определения и типичные ошибки
6. Выводы

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## 1. Понятие: признаки и знаковые формы

**Понятие** – это форма мышления, отражающая предметы в их существенных и отличительных **признаках**.

**Признаки:** существенные и несущественные, отличительные и неотличительные.

**Существенные** признаки раскрывают внутреннюю природу предмета, его качество, то, чем этот предмет является на самом деле. Несущественные – не отражают сути.

**Отличительные** признаки – это признаки, которые присущи только предметам, входящим в данный класс.

Пример: реклама - 1) неличный характер (сигнал поступает через посредников); 2) односторонняя направленность (от продавца к покупателю); 3) неопределенность (обратная связь носит вероятностный характер); 4) четко определен спонсор (рекламодатель, субъект, за чей счет и от чьего имени осуществляется реклама); 5) рекламное сообщение не претендует на беспристрастность; 6) беспристрастность и

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## 1. Понятие: признаки и знаковые формы

**Неотличительные** признаки – это признаки, которые характерны не только для данных предметов. Пример: актеры.

Знаковой формой выражения понятия являются **слово** и **словосочетание**. Понятия, выраженные одним словом - простые, несколькими словами – сложные ( дескриптивные).

Формы выражения мысли, знаковые структуры и сами предметы – это различные образования.

Понятие о предмете у всех людей является более или менее единым, а языковые структуры, его выражающие, различны в силу полисемии, наличия синонимов, различия языков.

Пример: «Chevy Nova» (General Motors), «Coca-Cola», «Коделак» и Kadillac.

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## 2. Виды понятий

Понятия: по содержанию, по качеству и объему, по типу соотношения объема и содержания понятий при их сравнении.

**По содержанию:**

✓ абстрактные (белизна, смелость) и конкретные (снег, книга)

**По качеству:**

✓ Положительные (грамотный) и отрицательные (неграмотный)

✓ Относительные (учитель – ученик) и безотносительные (реклама)

✓ Собирательные (созвездие, коллектив) и несобирательные (звезда)

**По объему:**

✓ Единичные (РФ) и общие (государство)

✓ Общие нерегистрируемые (потребитель) и общие регистрируемые (РА г. Тулы)

✓ Пустые (с нулевым объемом) (вечный двигатель)

**Дать логическую характеристику понятия, значит выявить ВСЕ**

## 3. Отношения между понятиями

### Совместимые:

Отношения равнообъемности («Писатель Л. Н. Толстой», «Автор „Война и мир”»)

Отношения рода и вида («СМИ», «ТВ»)

Отношения перекрещивания («студент», «спортсмен»)

### Несовместимые:

Отношения противоположности («большой», «маленький»)

Отношения противоречия («большой», «небольшой»)

Отношения соподчинения («СМИ», «ТВ», «радио»)

## 4. Операции над понятиями

Операции над понятиями: обобщение, ограничение, деление, классификация, определение и т. д.

**Обобщение** – логическая операция перехода от понятия с меньшим объемом к понятию с большим объемом посредством усечения содержания исходного.

Последовательность обобщения выражается цепочкой: индивид – вид – род; индивидуальный признак – видовой признак – родовой признак.

Пример: «Реклама автомобиля „Ford” модели „Ford Focus”» – «Реклама автомобиля „Ford”» – «Реклама автомобиля» – «Реклама».

## 4. Операции над понятиями

**Ограничение** – логическая операция перехода от понятия с большим объемом к понятию с меньшим объемом посредством добавления специфических признаков. Последовательность ограничения выражается той же цепочкой, что и обобщение, только имеет обратное направление: род – вид – индивид; родовой признак – видовой признак – индивидуальный признак.

Пример: «Студент» – «Студент СибГУ» – «Студент СибГУ ИСИ» – «Студент СибГУ ИСИ группы БРКВ/17-01» – «Студент СибГУ ИСИ группы БРКВ/17-01 Иванов А. А.».

## 4. Операции над понятиями

**Деление** – логическая операция расчленения объема понятий на непересекающиеся части по какому-либо признаку.

Понятие, подвергаемое этой операции, называется **делимым**, понятия, являющиеся результатом деления, – **членами деления**, а признак, по которому происходит деление, – **основанием деления**.

Пример: «В зависимости от преследуемых целей выделяют три вида рекламы: информативную, увещательную и напоминающую».

## 4. Операции над понятиями

**Классификация** – логическая операция деления объема понятий посредством расчленения на классы по какому-либо признаку, при котором каждый класс имеет свое определенное и устойчивое место. Пример: классификация растений и животных, таблица Д. И. Менделеева и др. Классификация отличается от обычного деления относительно устойчивым характером и методологической значимостью для теории и практики.

По мере накопления информации классификации дополняются и уточняются. Пример: классификации элементарных частиц, органических соединений, классификации рекламы по видам рекламных носителей и т. д.

## 4. Операции над понятиями

**Определение понятия** (дефиниция) – это логическая операция раскрытия содержания понятия посредством его отождествления с другим понятием, содержание и объем которого известны и эквивалентны исходному. В определении соотносятся два понятия: определяемое (дефиниендум) и определяющее (дефиниенс).

Пример: «Связи с общественностью – это: распространение информации клиента через СМИ; организация и проведение семинаров, пресс-конференций, презентаций и других акций с широким освещением в региональных СМИ; информационное обеспечение привлекательного имиджа фирмы и предоставляемых ею услуг; разработка и проведение рекламно-информационных кампаний».

## 4. Операции над понятиями

**Виды определений:** реальные и номинальные, явные и неявные.

**Реальными** называют определения, фиксирующие существенные признаки предмета. Пример: «Человек – это мыслящее существо».

**Номинальными** называют определения, фиксирующие значение знакового выражения. Пример: «В XIX веке в США термин „лоббирование“ означал покупку голосов за деньги в коридорах конгресса».

Познавательная функция реального определения состоит в определении существенных признаков предмета, а номинального – в определении значения термина.

## 4. Операции над понятиями

**Явные** определения фиксируют существенные признаки непосредственно. Пример: «Реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».

**Неявные** определения используют такие приемы, как указание, описание, сравнение, перечисление типичных предметов, составляющих весь объем определяемого. Пример: «Рекламная информация – это такая информация, которая распространяется товаропроизводителями, торговцами или посредниками для привлечения внимания к рекламируемому объекту (товару или услуге)».

## 5. Правила формулирования определения и ошибки

1. Взаимозаменяемость определяемого и определяющего.  
Пример: «Реклама – информация о потребительских свойствах товаров и разных видов услуг с целью их реализации, создания спроса на них».

Ошибки, связанные с нарушением этого правила:

а) слишком широкое определение, пример: «Пиарщик – это человек»;

б) слишком узкое определение, пример: «Реклама – информация о потребительских свойствах товаров, размещаемая на радио»;

в) переименование объемов понятий, пример: «Бизнесмен – это человек, организующий деятельность других людей»;

г) определение «как попало», пример: «Упрямство – это порок слабого ума».

## 5. Правила формулирования определения и ошибки

2. Недопустимость «порочного круга» в определении («масло масляное»). Пример, «Специалист по рекламе – это человек, занимающийся рекламой»; «закон есть закон».
3. Ясность и недвусмысленность определения. Недопустимы определения типа: «Жизнелюб – это человек, который любит пожить сам и не мешает жить другим»; «Политика – это искусство возможного».
4. Недопустимость негативного определения: по возможности определяющее не должно быть отрицательным, поскольку отрицательные понятия по сути своей являются неопределенными. Пример: «Машина – не роскошь», (а средство передвижения).

## ВЫВОДЫ

1. Кратко рассмотрели признаки понятий
2. Кратко рассмотрели виды понятий
3. Кратко рассмотрели отношения между понятиями
4. Кратко рассмотрели операции над понятиями (самостоятельно)
5. Выявили типичные ошибки определений (самостоятельно)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

---