

Перун Марія. Техніка аргументування в процесі комунікації

У статті розглядається процес комунікації, як засіб спілкування, та процес аргументування думки, як один із складових процесів комунікації. Поняття аргументації як окремого явища наведено у різних трактуваннях, зокрема у комунікативному плані. В ході розкриття сутності процесу аргументування визначено його мету та значення,



складові чинники, сутність перебігу та ефективні засоби побудови – як окремого процесу комунікування. Також охарактеризовано роль аргументуючої комунікації в арсеналі сучасного професіонала та наведено основні питання та прийоми для побудови ефективною аргументуючої лінії.

Ключові слова: комунікація, аргументація, аргумент, доказ, контраргументація.

Ми живемо у світі комунікації, де більшість свого часу людина витрачає на спілкування. В. Н. Куніцина і її колеги наводять результати досліджень процесів комунікації людини, в яких показано, що в середньому час нашого спілкування з іншими розподіляється наступним чином: приблизно 42-53% часу ми слухаємо інших, 16-32% - говоримо самі, 15-17% - читаємо, 9-14% - пишемо. Жодна людина чи група людей не може існувати без комунікації. Тільки комунікація забезпечує передачу інформації та ідей.

Для досягнення розуміння в процесі комунікації часто використовується аргументування думки, що в свою чергу сформувало модель комунікації під назвою – аргументуюча комунікація.

Постановка завдання. Метою статті є характеристика процесу аргументування і його складових, як одного з ос-

новних та актуальних засобів комунікації. Виокремлення та візуалізація основних, ефективних засобів побудови аргументування думки, для досягнення основного завдання цього процесу – переконання співрозмовника чи аудиторії у висунутій тезі.

Виклад основного матеріалу. Поняття аргументації як комунікативний термін використовується в різних видах наук і наукового знання. Це поняття може одночасно належати і до риторики і до мистецтва переконуючого впливу – переконувати або впливати на інших людей [3]. О. Л. Чорнобай зазначає що загальні контури нової теорії аргументації окреслилися за останні три-чотири десятиліття. Вона відновлює те позитивне, що було в античній риториці, інколи на цій підставі її називають «новою риторикою». Однак для багатьох учених вже очевидно, що теорія аргументації не зводиться до логічної теорії доказовості, котра спирається на поняття істини і для котрої поняття переконання і аудиторії цілковито чужорідні. Теорія аргументації не належить також і до методології науки чи теорії пізнання. Аргументація – це визначена людська діяльність, котра відбувається в конкретному соціальному контексті й кінцева мета якої – не знання само по собі, а переконання в належності деяких положень [7].

І. Хоменко, автор підручників з еристики і логіки для юристів визначає поняття аргументації як – процес обґрунтування людиною певного положення (твердження, гіпотези, концепції) з метою переконання в його істинності, справедливості [7].

У комунікативному плані аргументація виступає як процес передачі, тлумачення і навіювання реципієнту інформації, зафіксованої в тезі аргументатора. Мета аргументації – прийняття висунених положень опонентом або аудиторією.

Аргументація досягає цієї мети в тому випадку, якщо реципієнт: сприйняв; зрозумів; прийняв тезу аргументатора.

У логічному плані мета аргументації зводиться до обґрунтування деякого положення, точки зору, формулювання за допомогою інших положень, які називаються

аргументами. У разі ефективної аргументації реалізується і комунікативний аспект аргументації, коли співрозмовник погоджується з аргументами і способами доведення або спростування вихідного положення [1].

У своїй практичній діяльності професіоналу (незалежно від виду діяльності), постійно доводиться мати справу з різними категоріями людей, спілкуватись з ними, доносити якусь конкретну інформацію, здійснюючи вплив на них з наміром знаходження потрібних рішень, а у разі виникнення суперечок спонукати їх за допомогою мовленнєвих (комунікаційних) засобів до певних дій задля досягнення конкретних цілей. Майстерна аргументація в арсеналі професійного комунікатора є потужним і надійним інструментом переконання. У процесі комунікації важливо правильно оцінювати як зміст, так і форму аргументуючої інформації [3].

Аргументація, що використовується для переконуючого впливу на реципієнта, може ґрунтуватися на різних прийомах маніпулювання вихідними фактами чи даними. І не обов'язково для цього будуть використовуватися прямі чи неправдиві дані. Навпаки, різні комбінатори комунікацій в своєму арсеналі використовують пряму брехню виключно в рідкісних випадках – це невігідно. Набагато частіше використовуються, наприклад, прийоми двозначних термінів, суперечливих положень, які самі потребують попередніх доказів [2].

Також в процесі аргументації можуть використовуватися безапеляційні висновки, висунуті па підставі неповного перерахування фактів або прийому умовчування, або на суміші випадкових і важливих явищ.

Тому для розуміння, опору та успішної протидії неправомірним комунікаціям переконуючого характеру, необхідно розглянути всі основні особливості, за якими будується система аргументації.

Аргумент повинен відповідати дійсності і мати логічний зв'язок з тезою, оскільки теза впливає з аргументів. Якщо існує формальне протиріччя, висловлюване співрозмовником, то на цей аспект зазвичай відразу ж звертають увагу. В умовах, коли необхідно визначити наявність

або відсутність в повідомленні співрозмовника спотворення інформації, необхідно звертати увагу на те, наскільки він переконливий і логічний [2].

Люди легше погоджуються і приймають те, що задовольняє якимсь їх бажання. Отже, сила аргументу – в силі потреби, яка буде задоволена. Саме тому при інших рівних умовах аргумент, в якому представлений і психологічний фактор "особистий інтерес" реципієнта, більш дієвий, ніж той, у якому такий інтерес не представлений.

Отже, аргументи повинні:

- відповідати дійсності;
- мати зв'язок з тезою;
- включати особистий інтерес;
- відповідати індивідуальним цінностям [2].

Однак необхідно враховувати також той факт, що при інших рівних умовах люди легше приймають позицію тієї людини, до якої у них емоційно позитивне ставлення, симпатія (від простого поваги до закоханості). І, навпаки, важче приймають (і навіть відкидають) позицію тієї людини, до якої відчують емоційно негативне ставлення, антипатію.

Необхідно також враховувати, що для одержання згоди співрозмовника щодо висловлюваної ідеї, необхідно одночасно впливати на дві сфери його психіки: на раціональну, тобто аргументувати, і на ірраціональну, формуючи атракцію (соціально-психологічне явище формування сприйняття однієї людини іншою, виникнення симпатії, позитивної установки на іншу людину), розташовуючи співрозмовника до себе. Але якщо навіть людина зрозуміла співрозмовника, то це не означає, що вона погодилася з ним [4].

Поведінкою людини керують її власні цінності, тому єдиний спосіб переконати людину прийняти певну точку зору – це домогтися того, щоб вона прийняла певний погляд на ситуацію і ввела би його в свою власну систему цінностей. Саме тому слід вибирати засоби впливу на її мотиваційну сферу, звертатися до системи цінностей, які мотивують поведінку даного суб'єкта [4].

Проводячи дослідження та аналіз наукової літератури,

фахівцями було з'ясовано, що якщо людину хочуть обдурити, спочатку намагаються розташувати її до себе, тим самим знижуючи критичність при сприйнятті інформації, а потім вибудовують докази з урахуванням психологічних особливостей жертви маніпулятивного переконуючого впливу.

Головне завдання аргументації – прийняття запропонованої позиції співрозмовником. А це в свою чергу залежить також і від розуміння аргументатором того що він говорить і яка доказова база може йому допомогти переконати співрозмовника [5].

Ядром аргументації, і її глибинною суттю є доказ, що додає аргументації характер суворого міркування. Доказ – це логічний прийом (операція), що обґрунтовує істинність будь-якого судження за допомогою інших логічно пов'язаних з ним суджень, істинність яких вже встановлена.

Для аргументації потрібні докази, навіть якщо вони і слабкі. У проведених дослідженнях було з'ясовано, що для більшості людей важливі не самі докази, а швидше видимість доказів. Найчастіше людей влаштовують причини, не пов'язані з реальними вчинками або переконаннями, про які йде мова. Докази, що не мають відношення до справи, часто впливають на переконання та вчинки людей, хоча це нелогічно. Такі непереконливі міркування, використовувані в цілях переконання, називаються помилковими аргументами (софізмами) [5].

В аргументації, як правило, виділяють дві основні конструкції:

- доказова аргументація, за допомогою якої особа хоче щось довести в бесіді або обґрунтувати;
- контраргументація, за допомогою якої особа спростовує тези і твердження співрозмовника [6].

Для ефективності доказової аргументації доцільно сформулювати для себе питання, що стосуються цього процесу аргументації, а для контраргументації важливо виявити для себе слабкі місця опонента, продумуючи його процес аргументації. Нижче наведемо приклади питань для обох видів аргументації (рис.1.).



Рис.1. Питання ефективної аргументації

Отже, тактика аргументації полягає у спеціальному підборі й використанні логічних доказів з метою переконливого доведення істинності певного положення. Для цього застосовуються різні за своїм призначенням, спрямованістю й силою дії засоби психологічного впливу на людину або особлива послідовність наведення аргументів, яка має не тільки демонструвати обґрунтованість і корисність аргументованого положення, а й поступово посилювати переконливість доказу [6].

Володіння технікою аргументації здатне забезпечити істотну зміну несприятливої для вас думки чи позиції співбесідника, що почала формуватися, або несприятливої ситуації, що складається під час бесіди, а також забезпечити ефективну нейтралізацію його негативної реакції на ваші пропозиції.

Аргументація повинна будуватися на законах тезису, аргументу та демонстрації. Переконлива аргументація передбачає наявність 3 компонентів: аргумент, підтримка, приклад.

Для забезпечення ефективності аргументації важливо пам'ятати, що вона повинна бути переконливою не тільки для вас, а й, головним чином, для вашого партнера, тому дуже важливо добре структурувати виступ і грамотно подати аргументи. Потрібна попередня робота над аргументацією. Коли знайдені всі аргументи, обов'язково потрібно визначити, який із доказів найсильніший, а який слабкий. Починаємо з найслабшого аргументу – для доб-

розичливої аудиторії і з найсильнішого – для недоброзичливої аудиторії. У тому випадку, коли налаштування слухачів невідоме завчасно, ставимо найсильніші аргументи на початок і кінець своєї промови –це називається «ефектом країв» [6].

Попередня робота над лінією своєї аргументації – не просто розташування сил, а вибір тактики аргументування. Потрібен відбір таких аргументів, які б стали найбільш переконливими для конкретної аудиторії (реципієнта), при цьому необхідно враховувати вікові, соціальні, професійні, культурні та інші особливості слухачів. Нижче наведемо декілька прийомів аргументування (рис.2).

Взагалі аргументація вважається однією з найскладніших фаз ділової бесіди і потребує як великого обсягу знань і високої загальної культури, так і концентрації уваги, напористості, присутності духу і коректності. Це вимагає ставитися до думки співрозмовника з такою ж увагою, як до своєї, незалежно від того, співпадають ваші погляди на обговорювану проблему та підходи до можливих шляхів її розв'язання, чи вони є протилежними. І в останньому випадку необхідність уважного ставлення істотно зростає, оскільки без нього неможливо підібрати переконливі аргументи на користь вашої позиції, примусити співрозмовника зрозуміти її та побачити, в чому ця позиція відповідає і його інтересам.

Висновки. Отже, аргументація і процес переконання в цілому, являють собою мистецтво і оволодіти ним можна тільки на практиці, поступово, наполегливо вдосконалюючи свою майстерність. Значну допомогу тут може надати аналіз типових помилок, проблемних питань, ситуацій, котрі в ході аргументування можуть зіграти не на вашу користь. А також, аналіз описаних в статті складових процесу аргументації, розуміння його сутності та застосування наведених прийомів аргументування.

Ініціатива у супереччі

Починаючи дебати, ви берете ініціативу в супереччі, адже кращий захист – напад. Паралельно з демонструванням опоненту своєї лінії аргументації потрібно відразу ж залучати до свого мовлення всі можливі контраргументи з його боку і руйнувати їх.



Тягар переконування

Доводити завжди важче, ніж руйнувати переконання. Спробуйте покласти тягар певного тезису на опонента. Опонент починає наводити свої аргументи - ваше завдання їх відбивати контраргументами.



Ефект несподіванки

У найзапеклішій супереччі приборежіть найпереконливіший аргумент на пізніше. У опонента складеться враження, що він отримує перемогу. Ви ж в кінці кінців наведете сильний аргумент. Це буде серйозним ударом для супротивника і, напевно, допоможе змінити результат полеміки на вашу користь.



Поспішне узагальнення

Цей прийом навряд чи можна назвати коректним, швидше за все це певна хитрість у супереччі. Якщо опонент не сперечається хоча б з прикладом, можна «приписати» йому згоду і з усім аргументом.



Рис.2. Прийоми аргументації

Список джерел:

1. Логічні основи аргументації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://stud.com.ua/57157/logika/logichni_osnovi_argumentatsiyi.
2. Основи теорії аргументації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.naiu.kiev.ua/files/kafedru/fpul/lectures/lekc-log6.doc>
3. Стратегія і тактика аргументації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://studme.com.ua/15480606/menedzhment/strategiya_taktika_argumentatsii.htm.
4. Структура процесу аргументації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://stud.com.ua/41182/etika_ta_estetika/struktura_protsepu_argumentatsiyi
5. Тактика переконання [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://5rik.ru/best/best-80386.php>
6. Техніка аргументації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37048/>
7. Чорнобай О. Л. Теорія аргументації: основні філософсько-правові аспекти [Електронний ресурс] / О. Л. Чорнобай. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://science2016.lp.edu.ua/sites/default/files/Full_text_of_%20papers/vnulpurn_2016_

Technique of argumentation in the process of communication. The article describes the process of communication as a means of communication, and the process of argumentation of thought, as one of the components of communication processes. The concept of argument as a separate phenomenon is given in various interpretations, in particular in a communicative plan. During the description of the essence of the argumentation process, were formulated the purpose and meaning, the constituent factors, the essence of the course and effective means of construction – as a separate process of communication. Also described the role of argumentative communication in the arsenal of the modern professional, and the main questions and techniques for constructing an effective argument line.

Keywords: communication, argumentation, argument, evidence, counterargumentation.

@ Перун Марія. Стаття надійшла 22 лютого 2018 р.