

## **МИСТЕЦТВО АРГУМЕНТАЦІЇ. ФОРМИ ТА ЗАСОБИ ПРОЦЕСУ ПЕРЕКОНАННЯ**

*У статті висвітлюється важливість володіння мистецтвом аргументації. Розглядається використання методу переконання як одного з найефективніших засобів задля досягнення високих результатів у своїй професійній діяльності. Висвітлюється важливість використання кожного з основних прийомів переконання. Акцентовується увага на правилах використання аргументації та різноманітних засобах процесу переконання.*

**Ключові слова:** аргументація, переконання, роз'яснення, доказ.

*В статье раскрывается важность владения искусством аргументации. Рассматривается использование метода убеждения как одного из самых эффективных способов для достижения высоких результатов в своей профессиональной деятельности. Раскрывается важность использования каждого из основных приемов убеждения. Акцентируется внимание на правилах использования аргументации и различных методах процесса убеждения.*

**Ключевые слова:** аргументация, убеждение, разъяснение, доказательство.

*The article reveals the importance of art of argumentation owning. Correctly using techniques and forms of verbal influence, you can achieve positive results not only in his career, but in everyday life.*

*Considered using the process of persuasion as one of the most effective for achieving high results in professional activities.*

*Persuasion - is a method of action. During Persuasion on the one hand diverse effects on a person to form it certain qualities and weakening others is created, on the other - is motivation it to an action.*

*Persuasion consists of hypotheses, evidence or arguments and demonstrations.*

*Consider the advantage for each of the major methods of persuasion. Techniques of persuasion are the story of (information), clarification, evidence, rebuttal and conversation.*

*Focuses on the rules of different argument and persuasion methods using.*

*Attention is paid to the fact that you must use only those concepts that are simple, exact and convincing. Several striking arguments reach greater effect than many secondary arguments. If the report is similar to a monologue - it is no one interested. Precisely placed pauses often have more effect than the flow of words. It is also important to interest*

*interlocutor give evidence. Argument should be carried out correctly. Visual assistive methods can be applied while the report.*

*The convincing mechanism provides focused persuasion influence, using arguments, facts, respect the logic of presentation of proof and justification.*

*Each expert must possess the art of argumentation. It is necessary to develop skills for that.*

**Key words:** *an argument, a persuasion, an explanation, evidence.*

**Постановка проблеми.** Слово є невід’ємною частиною людського спілкування та впливу на людину. Перед тим, як складати промову, велика увага приділяється саме змісту словесного впливу, враховуючи його форму, яка є не менш важливою. Дослідження цієї теми є особливо актуальною проблемою у наші дні, коли існує безліч конкурентів на ринку праці. Правильно використовуючи методи та форми словесного впливу, можна досягти позитивних результатів не тільки у кар’єрі, але й у звичайному житті.

Під час вивчення дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням», відповідно до навчальної програми, вивчаємо дане питання. Вважаємо, що накопичений теоретичний матеріал з цієї проблеми дасть можливість розширити знання студентів, які допоможуть під час опанування нових навчальних дисциплін та в майбутній професійній діяльності.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблемам мистецтва аргументації та використанню процесу переконання свої наукові роботи присвятили такі відомі вчені, як Н.А. Волик, А. Івін, Л.В. Костик, Л.І. Мацько, М.Д. Савенко, С.В. Шевчук.

**Постановка завдання** полягає у тому, аби вказати на те, що без логічного викладу мови та вміння переконувати слухача людина не зможе досягти результатів для задоволення індивідуальних потреб.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Переконання – це один із методів дій. Під переконанням варто розуміти що, з одного боку, створюється різносторонній вплив на особу задля формування в неї певних якостей і послаблення інших, а з іншого – відбувається спонукування її до певної дії.

Термін «переконання» можна використовувати у двох його значеннях, а саме:

- система уявлень та поглядів, яких дотримується кожна людина, з якими вона погоджується, чи вважає їх продуктом власної діяльності;

- певний спосіб впливу, який включає надання аргументів та логічно витримане доведення дійсності тієї чи іншої думки, оцінки.

Ми можемо спрямувати переконання не тільки на інших людей, але й на себе. Кожен планує своє майбутнє, зважає різні варіанти вирішення тих чи інших проблем й прагне розробити план для

досягнення своїх цілей. Цей вибір залежить від тих обґрунтувань, що людина наводить для себе відповідно до тієї чи іншої проблеми.

У своїй статті О.А. Івін вказує на те, що коли мова йде про переконування, то це означає, що окрема людина, або група людей, здійснює вплив на іншу людину тим, що пропонує яскраві аргументи, факти, докази і висновки задля того, аби показати позитивні наслідки того, що пропонується дія є надзвичайно результативною та необхідною [2, с. 417].

Переконання людини є непростим процесом. Адже важливо переконати її, не методом відмови від власних думок та ідей, а методом зміни власного рішення. Аргументи та докази, що пропонуються об'єкту переконання, обов'язково повинні бути значущими для нього. Крім того, об'єкт переконуючого впливу повинен виявляти зацікавленість і готовність до обговорення тих питань, які йому пропонують, бути уважним, не відчувати тиску.

О.А. Івін зазначає, що задля досягнення найкращого результату при здійсненні методу переконання на об'єкт, необхідно дослідити те становище, в якому безпосередньо перебуває людина. Слід, насамперед, добре вивчити і врахувати інтереси і рівень готовності адресата до сприйняття інформації, яка пропонується у процесі переконування. Важливо також забезпечити максимальний ступінь сприйняття людиною наданої їй інформації, зосередивши на цьому повідомленні свою увагу. Варто відмітити, що переконуючий вплив можна вважати ефективним, якщо людина, на яку він був спрямований, привласнює і може протягом відносно тривалого часу утримувати його зміст, виявляти здатність самостійно відтворювати логіку аргументування [2, с. 417].

Переконання має бути послідовним, логічним, максимально доказовим, та відповідати рівню розвитку особистості. Головний критерій людини, яка бажає донести свою думку методом переконання, – вона повинна сама глибоко вірити у те, про що повідомляє.

Переконувати можна не лише словом, але й ділом. Тому переконання важливо здійснювати саме в поєднанні з іншими методами виховання: переконання шляхом бесіди, дискусії, лекції, а також за допомогою конкретного наочного прикладу, на основі громадської думки.

Для застосовування переконання на практиці слід розуміти, що воно складається з гіпотези (тобто того, що треба довести), доказів чи аргументів (того, за допомогою чого доводиться гіпотеза) і демонстрації (способу доведення) [4, с. 80].

Гіпотеза – наукове припущення, яке висуває людина задля пояснення явищ дійсності. Вона має бути чітко сформульованою, позбавленою логічної суперечності, не змінюватися в процесі доведення. В даному випадку, переконати когось – означає викликати в нього впевненість в істинності гіпотези.

Доказ (аргумент) – думка, дійсність якої перевірена і доведена. Він має бути чітко сформульований, відповідати обговорюваній проблемі.

Демонстрація – розмірковування із застосуванням логіки, під час якого завдяки наведеним аргументам доводять або дійсну істинність, або хибність гіпотези. Цінність аргументування залежить не тільки від авторитету, але й базується на взаємозв'язку причин і наслідків. Крім цього, необхідно мати знання щодо психологічних рис особи, яку переконують (потреби, інтереси, установки, смаки, особливості мислення), відповідності емоційного стану слухача та доповідача в момент взаємовідносин.

Основними прийомами переконання є розповідь (інформування), роз'яснення, доказ, спростування та бесіда.

Основні форми переконання:

У формі бесіди – основним завданням є викликати довіру, викласти свою точку зору.

Роз'яснення – інформування, постановка основних проблем стосовно даного питання. Варто вдатися до роз'яснення саме тоді, коли від слухача вимагається запам'ятати, що і як потрібно робити. Тобто відбувається звернення не до власного мислення, а саме до пам'яті. Вдало застосовувати цей метод слід до таких людей, які звикли до суворих правил і вказівок, у свою чергу, творчі натури відчувають до нього спротив.

Виділяють декілька видів роз'яснення. Роз'яснення, яке розповідає, схоже на розповідь, націлене на виклад фактів у вигляді живого оповідання. Роз'яснення, яке розмірковує, будується таким чином, щоб поставити запитання й самому на нього відповісти. У проблемному роз'ясненні, на відміну від розмірковування, відповідь дає слухач. Перед співрозмовником ставляться запитання «за» і «проти», які змушують його самостійно вирішити. Корисно використовувати цей метод на практиці, коли весь хід міркувань породжує бажання відповісти й провокує перехід слухача до аргументування своєї думки.

У своїй роботі Л.В. Костик зосереджує увагу на розгляді необхідних визначень з питання аргументації.

Інформування. Розповідь – це, так би мовити, образний виклад суті справи. Він будується двома шляхами: індуктивним (від загальної інформації до подробиць) і дедуктивним (від окремих фактів до узагальнень).

Доказ будується на таких законах: законі тотожності, законі протиріччя, законі не існуючого третього та законі достатньої підстави.

Закон тотожності. Висловлена думка залишається тотожною сама собі, якщо в момент її висловлювання обсяг доповіді залишається незмінним.

Закон протиріччя. Будується на думці стосовно того, що існує дві ситуації. Надалі проводиться аналіз цих ситуацій, в результаті якого ми

зазначаємо, що вони обидві не можуть бути щирими, тобто не можуть бути однаковими.

Закон не існуючого третього. Під час розгляду двох питань: одне є неодмінно істинним, а інше – помилковим. Третього взагалі не існує.

Закон достатньої підстави. Ми можемо зробити висновок з приводу будь-якого питання лише в тому випадку, коли воно доведене.

Спростування. У логічному плані специфіка доказу й спростування однакова. Але в психологічному плані різниця колосальна – у спростуванні ми завжди зіштовхуємося з чийось «Я» [3, с. 126].

Вплив особистості по-різному позначається на впливі повідомлення. Як свідчать дослідження, особистість та відмінності у характері тієї людини, що бажає переконати, не впливає на розуміння і запам'ятовування повідомлення слухачем. Навпаки, якщо комунікатор є авторитетною особою, то аргументація на користь висловленої ним думки гірше запам'ятовується і засвоюється, оскільки йому довіряють і немає потреби доцільно відстежувати процес його мислення.

У роботі Л.В. Костика наведено основні правила мистецтва переконувати.

Перше правило (правило Гомера): черговість аргументів, які наводяться, впливає на їхню переконливість. Найбільш переконливим є такий порядок аргументів: сильні – середні – один найсильніший. Тому під час промови варто зосередити свою увагу на тому, щоб діяти згідно з цим планом.

Друге правило (правило Сократа): для отримання позитивного результату з важливого для вас питання поставте його на третє місце, а перед ним поставте співрозмовнику два короткі, прості для нього запитання, на які він без труднощів дасть позитивну відповідь. Тому при наступному третьому, запитанні в тебе буде більше шансів отримати позитивну відповідь.

Правило третє (правило Паскаля): не заганяйте співрозмовника в кут. Дайте йому можливість зберегти свою гідність. Якщо співрозмовник буде почувати себе комфортно – така методика переконування принесе вам кращі результати [3, с. 126].

Досліджуючи аргументацію, Н.А. Волик підкреслює, що аргументація являє собою специфічну форму комунікативної діяльності, яка нерозривно пов'язана з процесом переконання. Тому аргументацію слід розглядати, в першу чергу, з точки зору підходу, який розкриває сутність процесу в цілому. Відповідно до такого підходу, в будь-якому процесі аргументації необхідно розрізняти, по-перше, особу або групу осіб, що намагаються впливати на інших людей і переконати їх в істинності або, принаймні, обґрунтованості

своїх тверджень, припущень і рішень, по-друге, людей, яким вона призначена, по-третє, схему або структуру діяльності, яка включає до свого складу мету аргументації та можливі способи її реалізації. Також важливим є застосування засобів, методів і прийомів впливу на об'єкт аргументації, за допомогою яких досягається переконання аудиторії та її згода з висунутими твердженням [1, с. 163].

О.А. Івін висуває думку про те, що аргументація спрямована саме на перебудову свідомості, зміну уявлень, понять і суджень людей, до яких застосовують певні методи аргументації. При прийнятті рішень у практичній діяльності аргументація орієнтована на таку зміну поглядів і суджень людей, які можуть спонукати їх до здійснення тих чи інших дій, вчинків або поведінки. Мета людини, яка висуває всі аргументи, полягає в тому, щоб дійти згоди стосовно не тільки висунутих тверджень, але і тих аргументів, або доводів, які їх підкріплюють, підтверджують або так чи інакше обґрунтовують. Дійсно, переконання можна вважати досягнутим, якщо аудиторія погоджується чи приймає аргументи. Цей процес взаємодії аргументатора і респондента має істотне значення для правильного розуміння особливостей аргументації [2, с. 417].

М.Д. Савенко у своїй праці зазначає, що аргументація складає найбільш важливу, фундаментальну частину переконання, так як вона спирається, по-перше, на раціональні основи переконання, на розум, а не на емоції, які важко контролювати і тим більше аналізувати. По-друге, суттю переконання є міркування, тобто процес перетворення одних думок до інших, який піддається контролю з боку людини. По-третє, аргументація прагне розкрити механізм переконання так, як він відбувається в ході діалогу, суперечки або дискусії, а також при прийнятті практичних рішень. По-четверте, завдяки своїй логічній структурі, аргументація набуває упорядкований, цілеспрямований і організований характер. Цілеспрямованість і впорядкованість аргументації знаходить своє конкретне втілення в послідовності тих фаз, або стадій, які вона проходить [6, с. 14].

На першій, початковій стадії, формулюється основна мета аргументації, ті завдання чи проблеми, які належить обґрунтувати і, тим самим, переконати аудиторію в їх доцільності та корисності.

Друга стадія аргументації пов'язана з оцінкою й аналізом тих фактів, свідчень, спостережень, експериментів, даних, які були отриманні в результаті доповіді.

Третя, заключна фаза аргументації, пов'язана зі встановленням зв'язку між даними і отриманим на їх основі результатом, була розглянута у роботі С.В. Шевчук.

Аргументуючи управлінські рішення, необхідно насамперед дотримуватися таких правил:

1. Використовувати тільки ті поняття, які є простими, точними і переконливими. В тому випадку, якщо поняття будуть неточними та незрозумілими для слухача, переконливість таких висловлювань може бути недієвою, оскільки співбесідник «чує» або розуміє набагато менше, ніж хоче показати.

2. Спосіб, у який доповідач пояснює свою точку зору, а також темп аргументації повинні відповідати особливостям темпераменту виконавця. Наприклад, доводи і докази, роз'яснені окремо, набагато ефективніше допомагають досягти мети та дійти згоди між співрозмовниками, ніж якщо їм піднести все одразу. Таким чином, три-чотири яскраві доводи досягають більшого ефекту, ніж багато середніх аргументів.

Також великого значення під час доповіді має те, як доповідач аргументує свою точку зору. Якщо його доповідь буде схожою на монолог – вона нікого не зацікавить. Точно розставлені паузи часто справляють більший вплив, ніж потік слів. Важливо також задля зацікавлення співрозмовника наводити докази .

3. Вести аргументацію слід коректно по відношенню до співробітника. Це означає: завжди відкрито визнавати його правоту, коли він має рацію, навіть якщо ви розумієте, що це може мати для вас несприятливі наслідки. Це дає вашому співбесідникові можливість чекати такої ж поведінки з виконавського боку. Необхідно уникати порожніх фраз, вони свідчать про послаблення уваги і ведуть до непотрібних пауз із метою виграти час і вловити втрачену нитку бесіди (наприклад, «як було сказано», «іншими словами», «більш-менш», «разом з відзначеним»).

4. Під час доповіді можна застосувати наочні допоміжні засоби [7, с. 187]. Наочність доводів додає аргументації велику переконливість і документальність.

**Висновки.** Механізм переконання передбачає як цілеспрямований характер впливу, використання аргументів, фактів, дотримання логіки викладу доведення та обґрунтування, так і критичне ставлення людини до інформації, яка пропонується.

Кожен фахівець повинен володіти мистецтвом аргументації. Для цього необхідно розвивати вміння та навички. Саме глибокі теоретичні знання, практичні навички та вміння з означеного питання, здобуті під час аудиторних занять, допоможуть нинішнім студентам у майбутній професійній діяльності. Тому подальшу науково-методичну роботу з означеної проблеми вбачаємо у розширенні та впровадженні даного теоретичного матеріалу у навчальний процес.

### *Використана література*

1. Волик, Н.А. Риторика і література : аспекти взаємодії / Н.А. Волик // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки . – 2013. – № 9 (2). – С. 160-165.

2. *Івін, О.А.* Теорія аргументації : навч. посіб. / О.А. Івін – М. : Гардаріки, 2000. – С. 416-417.
3. *Костик, Л.В.* Професійна комунікативна підготовка студентів : психолого-педагогічні умови формування навичок культури мовлення / Л.В. Костик // Науковий вісник БДФА. Серія : Гуманітарні науки : зб. наук. праць / гол. ред. В.В. Прядко ; Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці : БДФА, 2009. – Вип. 1. – С. 125-130.
4. Культура мовлення службовця – запорука його успіху // Вісник державної служби України. – К., 2010. – № 3. – С. 80-81.
5. *Мацько, Л.І.* Риторика: навч. посіб. / Л.І. Мацько – К. : Вища школа, 2006. – С. 311-312.
6. *Савенко, М.Д.* Методологія аргументації / М.Д. Савенко // Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки . – К., 2013. – С. 12-17.
7. *Шевчук, С.В.* Українська мова за професійним спрямуванням : підручник, 2-ге вид., виправ і доповн. / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2011. – 694 с.

## REFERENCES

1. *Volyk, N.A.* Rytoryka i literatura : aspekty vzaiemodii / N.A. Volyk // Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Filolohichni nauky . – 2013. – № 9 (2). – S. 160-165.
2. *Ivin, O.A.* Teoriia arhumentatsii : navch. posib. / O.A. Ivin. – M. : Hardariky, 2000. – S. 416-417.
3. *Kostyk, L.V.* Profesiina komunikatyvna pidhotovka studentiv : psykholoho-pedahohichni umovy formuvannia navychok kultury movlennia / L.V. Kostyk // Naukovyi visnyk BDFFA. Seriiia : Humanitarni nauky : zb. nauk. prats / hol. red. V.V. Priadko ; Ministerstvo finansiv Ukrainy, BDFFA. – Chernivtsi : BDFFA, 2009. – Vyp. 1. – S. 125-130.
4. Kultura movlennia sluzhbovtsia – zaporuka yoho uspikhu // Visnyk derzhavnoi sluzhby Ukrainy. – K., 2010. – № 3. – S. 80-81.
5. *Matsko, L.I.* Rytoryka: navch. Posib. / L.I. Matsko. – K. : Vyshcha shkola., 2006.– S. 311-312.
6. *Savenko, M.D.* Metodolohiia arhumentatsii / M.D. Savenko // Naukovi zapysky NaUKMA. Yurydychni nauky . – K., 2013. – S. 12-17.
7. *Shevchuk, S.V.* Ukrainska mova za profesiinym spriamuvanniam : pidruchnik., 2-he vyd., vyprav. i dopovn. / S.V. Shevchuk, I.V. Klymenko. – K. : Alerta, 2011. – 694 s.

*Стаття надійшла до редакції 21.01.2015 р.*