

СИЛА АРГУМЕНТА: ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ

***Сила аргументов не в количестве, а
в весомости
Латинская пословица***

***Наталія Алюшина, кандидат психологічних наук, доцент
кафедри державного управління і менеджменту
Національної академії державного управління при
Сила аргумента Президентіві України
Н. Алюшина***

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ АРГУМЕНТАЦИИ

- ❑ Эффективная речь, это прежде всего хорошо **аргументированная речь**.
- ❑ **Аргументация** – это процесс доказательственного рассуждения, приведения аргументов и доводов, направленный на убеждение собеседника и обоснование истинности какого-либо суждения.
- ❑ В процессе аргументации участвуют две стороны: **аргументатор** (тот, кто доказывает) и **реципиент** (тот, кому адресованы доводы).

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ АРГУМЕНТАЦИИ

- ❑ Главная логическая основа любой аргументации – это доказательство, обоснование истинности каких-либо суждений с помощью других, бесспорно истинных суждений.
- ❑ Понятия аргументации и доказательства близки, но не тождественны. Недаром говорят: «доказал, но не убедил».
- ❑ Для эффективной аргументации одних доказательств мало, наряду с ними требуется еще и убеждающее воздействие на реципиента.

СТРУКТУРА ДОКАЗАТЕЛЬСТВА

Структура
доказательства

Тезис (что
доказывается)

Аргументы (чем
доказывается)

Демонстрация (как
доказывается)

ТЕЗИС, АРГУМЕНТ, ДЕМОНСТРАЦИЯ

- ❑ Под **тезисом** принято понимать выдвинутое аргументатором суждение, которое доказывается в процессе аргументации.
- ❑ **Аргументы** – это совокупность взаимосвязанных суждений, с помощью которых обосновывается тезис. Аргументами могут быть известные факты, определения понятий, теоретические обобщения, статистические данные, аксиомы.
- ❑ **Демонстрацией** называется логическая форма построения доказательства.

ЗАКОНЫ ТЕЗИСА

- ❑ Тезис нуждается в доказательстве.
- ❑ Тезис должен быть сформулирован точно и ясно. Тезис не терпит многозначности.
 - ❑ В теории аргументации Аристотеля есть правило: кто пытается доказать слишком много, тот не докажет ничего. Античные ораторы рекомендовали в качестве тезиса выбирать не общие, а частные суждения – их легче доказать и сложнее опровергнуть.

Сравнить: «Украине нужны кардинальные реформы» и «Украине нужна программа борьбы с коррупцией»

- ❑ Тезис должен быть одним и тем же на протяжении всего доказательства. В противном случае возникает распространенная ошибка: подмена тезиса.

ЗАКОНЫ АРГУМЕНТА

- ❑ Аргументы должны быть истинными суждениями. Несоблюдение этого закона ведет к умышленному обману, если оратор использует в качестве аргументов заведомо ложные факты.
- ❑ Истинность аргументов должна быть доказана. По законам логики недоказанный аргумент не принимается. Любые аргументы, неочевидные для собеседника, подсознательно им не воспринимаются.
- ❑ Аргументы не должны противоречить друг другу. При аргументации важно использовать именно совокупность аргументов.
- ❑ Истинность аргументов должна устанавливаться независимо от тезиса, т.е. автономно. *Например, сравнить: «учение Ленина непобедимо, потому что оно верно» и «учение Ленина верно, потому что оно непобедимо» - серьезная ошибка в аргументации, известная как круг в доказательстве, когда тезис доказывается аргументом и наоборот.*
- ❑ Количество аргументов должно быть достаточным для обоснования тезиса. Ошибочно полагать, что чем больше аргументов тем лучше. Даже истинный, но неубедительный и не вписывающийся в концепцию доказательства аргумент неизбежно ослабит выбранную тактику.

ЗАКОН ДЕМОНСТРАЦИИ

- Связь тезиса с аргументами. Тезис логически должен вытекать из аргументов. Приводя те или иные аргументы, их связывают с тезисом словами-связками «таким образом», «отсюда следует», «поэтому» и др.
- Важно соблюдать истинную причинно-следственную связь аргументов с тезисами.
- Неопытные ораторы забывают о том, что нужно не только привести аргументы, но и показать их логическую связь с тезисом, доказать, что умозаключения верны и логичны.

АРГУМЕНТАЦИЯ ДОЛЖНА СТРОИТЬСЯ НА ЗАКОНАХ ТЕЗИСА, АРГУМЕНТА И ДЕМОНСТРАЦИИ

- Убедительная аргументация предполагает наличие трех компонентов:

АРГУМЕНТ

ПОДДЕРЖКА

ПРИМЕР

ЗАКОН СОСТАВЛЕНИЯ АРГУМЕНТА

- ❑ Что есть доказательство своей позиции?
- ❑ Приведение аргументов.
- ❑ Но воспринимаются ли они реципиентом или аудиторией? Как донести аргумент, чтобы он не потерялся в сознании собеседников?
- ❑ Для этого применяется закон составления аргумента.

- ❑ Пример: Аргумент для обоснования тезиса «Проституцию следует легализовать» может звучать следующим образом: «Проституцию нельзя искоренить. Она всегда была и будет (*аргумент*). Недаром проституцию называют древнейшей профессией (поддержка). Многие государства, например, Нидерланды и Таиланд, поняли абсурдность борьбы с таким явлением и успешно легализовали проституцию (*пример*), таким образом добавив новую статью дохода в государственный бюджет (*появление нового аргумента в рамках логичной демонстрации*)».

Сила аргумента

10

Н. Алюшина

ИЛЛЮСТРАЦИЯ АРГУМЕНТА

Не кидайте аргумент «на воздух». Всегда помните, что аргумент нужно дополнить поддержкой, а также снабдить примером.

Назовем еще одно правило аргументации – иллюстрация аргумента так называемой картинкой.



АРГУМЕНТ



+ КАРТИНКА

КАРТИНКА

- ❑ Картинка это создание визуального образа в воображении реципиента, который на эмоциональном уровне помогал бы принять ваш аргумент.
- ❑ Предположим тема выступления – проблема смертной казни. Аргументы «ЗА»: «Почему я как налогоплательщик должен платить за содержание преступников, которые совершили страшные преступления, серийные убийства (*аргумент*)? Обращаю ваше внимание, что на содержание исправительных учреждений из бюджета нашей страны выделяется почти столько же денег, сколько и на содержание всех школ в стране (*поддержка*).
- ❑ Представьте, каково родителям жестоко убитой маленькой девочки осознавать, что часть их налогов идет на оплату содержания убийцы их дочери? Как им жить, зная, что за их счет, он ест, пьет, видит белый свет, наконец, живет? Последней частью аргументации мы обращаемся к реципиентам и создаем в их воображении яркую картинку.
- ❑ Пример хорош тем, что создает действительно абсурдную ситуацию, вызывая в сердцах аудитории возмущение, сострадание и жалость.

ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ АРГУМЕНТОВ В РЕЧИ

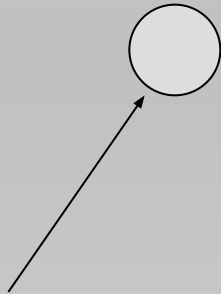
Для того, чтобы речь была убедительна, важно хорошо структурировать выступление и грамотно подать аргументы.

Необходима предварительная работа над аргументацией.

Когда вы нашли все аргументы, обязательно определите какой из доводов самый сильный, а какой самый слабый.

ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ АРГУМЕНТОВ В РЕЧИ

Самый
слабый
аргумент



Начинайте с самого слабого аргумента для доброжелательной аудитории / реципиента

Самый
сильный
аргумент



Начинайте с самого сильного аргумента для недоброжелательной аудитории / реципиента

ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ АРГУМЕНТОВ В РЕЧИ

В том случае, когда установка слушателей заранее неизвестна, ставьте самые сильные аргументы в начало и конец своей речи. Это называется «эффект края».

Правила избирательности аргументов: предварительная работа над линией своей аргументации – не просто расстановка сил, а выбор весомых аргументов. Это прежде всего выбор тактики аргументирования.

Необходим отбор таких аргументов, которые бы стали наиболее убедительными для конкретной аудитории/реципиента, при этом необходимо учесть возрастные, социальные, профессиональные, культурные и другие особенности слушателей.

ИСКУССТВО СПОРА

Как побеждать в споре и строить контрпозицию. Спор – это прежде всего диалог, борьба двух позиций, стремление преодолеть расхождения убеждений спорщиков. Искусство спора – отдельная наука – эристика, специальный раздел логики. В словесной баталии всегда две стороны: пропонент (лицо, отстаивающее свою позицию) и оппонент (лицо, выступающее с возражением)

ЛУЧШЕ НЕ СПОРИТЬ, ЕСЛИ:

- Нет предмета спора.
- Нет противоречий во мнениях. Основные пункты разногласий должны быть поняты оппоненту и пропоненту. Часто бывает, что люди спорят-спорят, а в результате выясняется, что их взгляды на обсуждаемые вопросы схожи.
- У сторон нет определенного базиса знаний на тему спора. В чем смысл спора, если спорящие не имеют ни малейшего представления о предмете дебатов?
- У сторон нет общего морально-нравственного базиса, основы фундамента, включающего в себя определенные принципы, убеждения. Такой спор ни к чему не приведет.
- Стороны не уважают друг друга. Спор - это искусство. Если вы вступаете с человеком в спор, значит, вы уважаете его.
- Если знаете, что оппонент никогда не признает своей ошибки.

ТАКТИКА УБЕЖДЕНИЯ (1)

Прием 1. Инициатива в споре.

Начиная дебаты, вы захватываете инициативу в споре, ведь лучшая защита - это нападение. Параллельно с предъявлением оппоненту своей линии аргументации необходимо сразу же включить в свою речь возможные контраргументы с его стороны и разбивать их.

Прием 2. Бремя доказывания.

Доказывать всегда труднее, чем разрушать доказательства. Попробуйте возложить бремя доказывания заданного тезиса на вашего оппонента. «Вы говорите, что жить стало лучше. Смешно даже. Приведите хоть один пример!» Оппонент начинает приводить свои аргументы – ваша задача отбивать их контраргументами.

Прием 3. Эффект неожиданности.

В жарком споре приберегите самый убедительный аргумент на потом. У оппонента сложится впечатление, что он одерживает победу. Вы же в конце спора напоследок приведите сильный аргумент. Это будет серьезным ударом для противника и, вероятно, поможет изменить результат полемики в вашу пользу.

Жизнь в Украине стала лучше. Число людей, живущих за чертой бедности, сократилось с 11 до 8%. Самым сильным аргументом будет статистика – естественное доказательство. Цифры не врут, а показывают действительную ситуацию. ... Что вы на это скажете?

ТАКТИКА УБЕЖДЕНИЯ (2)

Прием 4. Поспешное обобщение.

Этот прием вряд ли можно назвать корректным, скорее это уловка в споре. Если оппонент не спорит хотя бы с примером, можно приписать ему согласие и со всем аргументом. Такая же ситуация и с поддержкой. Вот почему наглядные и очевидные примеры так важны в линии аргументации.

Оппоненту нечего возразить. Согласившись с одним из доводов, он соглашается и со всем аргументом в целом.

«Доход на душу населения заметно возрос по сравнению с предыдущими годами, значит уровень жизни в Украине улучшился. Могли ли вы себе позволить это раньше?».

МАНИПУЛЯЦИИ: НЛП И ДР.

По вербальному и невербальному поведению человека во время коммуникативной связи можно определить, как человек мыслит. Эти наблюдения помогут понять как воздействовать на человека.

НЛП – главный инструмент манипуляции в коммуникациях, что-то среднее между гипнотическим внушением и средством убеждающего воздействия.

ТРИ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЯ НЛП

- Три основных понятия НЛП: раппорт, конгруэнтность, присоединение.
- **Раппорт.** От французского слова rapport – взаимосвязь, взаимопонимание. Это своеобразная основа построения доверия.
- **Конгруэнтность / Самоконгруэнтность.** Это соответствие, между тем, что вы демонстрируете сознательно, прежде всего вербально, и тем, что проявляется помимо вашего желания – в мимике, жестах, телодвижениях, интонации. Это состояние, когда внутренние побуждения полностью согласуются с поступками и ориентированы на получение нужного результата (например, убедить, что у вас все хорошо). Назовем это состоянием полной искренности и целостности – когда две части личности работают вместе, преследуя одну цель.
- **Присоединение.** Методы присоединения возможны путем заимствования особенностей поведения собеседника с целью усиления рапорта. Эффект «отзеркаливания» активно используется в НЛП.

ДВА МЕТОДА ПРИСОЕДИНЕНИЯ: ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ (1)

Физиологический метод присоединения осуществляется тремя способами.

1. Присоединение при помощи позы.
2. Присоединение при помощи дыхания.
3. Присоединение к микродвижениям. (Ваш собеседник время от времени касается подбородка? Попробуйте сделать тоже самое. Незаметно копируйте его микродвижения.

ДВА МЕТОДА ПРИСОЕДИНЕНИЯ: ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ (2)

Психологический метод присоединения сложнее, чем физиологический.

Мышление так устроено, что в памяти сохраняются образы: зрительные, слуховые, телесные. (Какого цвета глаза...?)

Проанализируйте, что вы сделали? Наверняка представили этого человека – в вашем воображении появился зрительный образ.

Типы мышления: Визуальный (вижу)

Аудиальный (слушаю)

Кинестетический (чувствую)

Во время любой коммуникативной ситуации собеседник нуждается в стимулировании.

ДРУГИЕ ПРИЕМЫ МАНИПУЛЯЦИЙ

Манипуляция – вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая своих целей.

Три главных свойства манипуляции:

1. Это психологическое воздействие;
2. Это воздействие скрытое: оно не должно быть замечено объектом манипуляции;
3. Это умение требует значительного мастерства и знаний.

При манипуляции в общении используются следующие приемы:

- Психологические уловки.
- Использование ошибок в аргументации.
- Коммуникативные уловки.
- Апелляция к личности / оппоненту.

ПРИЕМ «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УЛОВКИ»

Психологические уловки предполагают сознательное обращение к эмоциям собеседника. В этой ситуации собеседник защищается от психологической «атаки» забывая о предмете дискуссии.

(Метод Сократа – метод трех «да»; псевдовыбор, самовосхваление...)

ПРИЕМ «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОШИБОК В АРГУМЕНТАЦИИ»

Этот набор манипулятивных тактик предполагает некорректную аргументацию.

- ❑ **«Точки зрения».** Мнение оппонента манипулятор называет лишь одной из точек зрения, подавая свое мнение как самое удачное решение проблемы.
- ❑ **«Несогласованность теории и практики»** Этот прием состоит в том, чтобы обосновать несогласие с т.зр. оппонента невозможностью практической реализации.
- ❑ **«Ссылка на авторитетное мнение»** Манипулятор принижает значимость решения оппонента, приводя в пример высказывания известных людей или мнения большинства. *«Где у К. Маркса написано, что на лестницах не должно лежать ковров? – говорил проф. Преображенский в романе «Собачье сердце» М. Булгакова.*
- ❑ **«Применение аналогии».** Манипулятор приписывает к-либо признак одного явления другому. *Меняется правительство. Ну и что? Те же взяточники, бюрократы!*
- ❑ **«Неопределенность тезиса».** Чтобы уйти от нежелательных вопросов, сохранить лицо в сложных ситуациях или скрыть некомпетентность. *С одной стороны***, но если посмотреть с другой, то ***, но вместе с тем***.*
- ❑ **«Домысливание».** *Настаиваю, что бродячих собак надо истреблять. Если этого сегодня не делать, представьте, сколько покусанных детей будет завтра. Такое положение дел грозит эпидемией бешенства.)*

ПРИЕМ «КОММУНИКАТИВНЫЕ УЛОВКИ», АПЕЛЛЯЦИЯ К ОППОНЕНТУ

Такие манипулятивные тактики построены на том, чтобы с помощью риторических приемов отвлечь оппонента от обсуждения проблемы.

«Псевдосогласие» Манипулятор в чем-то соглашается с собеседником, при этом настаивает на своей правоте в принципиальных вопросах. *Да, вы правы, многие действительно полагают, что кредитные карты это средство не первой необходимости, но давайте подумаем, почему, миллионы людей выбрали именно кредитные карты в качестве средства оплаты... и по какой причине все экономисты мира говорят, что будущее именно за кредитками.*

«Вовлечение в процесс» Сейчас мы попробуем в этом разобраться.

«Оправдание ошибок» Мы же с вами люди, а не роботы. Людям свойственно ошибаться. Ну кто из нас не ошибался хотя бы раз в жизни?

«Комплимент» Чем более собеседник польщен комплиментом, тем охотнее он согласится с доводами оппонента. *Вы такой умный и образованный человек, понимаете, что...*

«Откровенность» Манипулятор навязывает свое мнение вовлекая собеседника в доверительный разговор. *Буду с вами до конца откровенным и скажу вот что...*

«Да или нет?» Цель приема привести оппонента в замешательство. Манипулятор задает вопрос на который невозможно ответить односложно и требует быстрого конкретного ответа. *Вы за вступление Украины в ВТО?*

АКТИВНЕ СЛУХАННЯ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

У практиці ділового спілкування існує два основні способи досягти того, щоб адресат діяв так, як того хоче адресант, а саме:

- I-й: **Переконання і зацікавлення.** Це вимагає аргументації, показів та, зрозуміло, певного терпіння.
- II-й: **Примус.** Він спирається на силу, тиск, владу наказу. Цілком очевидно, що ефективність бесіди досягається не пресингом та силою, а вмінням переконувати та шукати взаємовигідні рішення.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА МИСТЕЦТВА ПЕРЕКОНУВАТИ (1)

Перше правило (правило Гомера): “черговість аргументів, які наводяться, впливає на їхню переконливість. Найбільш переконливим є такий порядок аргументів: сильні - середні – один найсильніший”.

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”.

Правило третє (правило Паскаля). “Не заганяйте співрозмовника в кут. Дайте йому можливість зберегти свою гідність, адже аніщо так не роззброює, як умови почесної капітуляції”.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА МИСТЕЦТВА ПЕРЕКОНУВАТИ (2)

Правило четверте гласить: “Переконливість аргументів значно залежить від іміджу та статусу того, хто переконує”. Очевидно, що саме професіоналізм надає такого високого статусу, причому в процесі боротьби думок вирішальне значення може мати одна, але головна для даного випадку, складова статусу.

Правило п'яте інтерпретується так: “Не заганяйте себе в кут, не знижуйте свій статус”. Невпевнена поведінка, “самовбивчий” початок розмови автоматично знижують статус.

Правило шосте повчає: “Не принижуйте статусу співрозмовника”. Зазначимо, що будь-який вияв неповаги і зневаги до співрозмовника, принижуючи його статус, підсвідомо викликає у нього негативну реакцію.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА МИСТЕЦТВА ПЕРЕКОНУВАТИ (3)

Правило сьоме стверджує: “До аргументів приємного нам співрозмовника ми ставимося поблажливо, а до аргументів неприємного - з пересторогою”. Це правило, тісно переплітаючись із психологічними особливостями людини, перегукується з одним із правил ведення ділової розмови, а саме: створити атмосферу взаємної довіри.

Правило восьме звучить таким чином: “Бажаючи переконати, починайте не з того, що вас розділяє, а з того, в чому ви згодні з опонентом”. Нехай це навіть другорядні обставини у висловлюваннях співрозмовника. У разі, коли ви повністю ні з чим не згодні зі своїм співрозмовником, хоча б подякуйте йому за чіткість викладу своєї позиції та за його цікаву точку зору.

Правило дев'яте радить: “Проявіть емпатію”. Розуміння емоційного стану співрозмовника дозволяє не лише краще його зрозуміти, але й уявити хід його думок.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА МИСТЕЦТВА ПЕРЕКОНУВАТИ (4)

Правило десяте гласить: “Будьте гарним слухачем”. Це - запорука успіху спілкування, адже ніколи неможливо переконати співрозмовника, коли не розумієш ходу його думок.

Правило одинадцятьте повчає: “Перевіряйте, чи ви правильно розумієте співрозмовника”. Аналіз спорів показує, що в багатьох випадках опоненти просто по-різному розуміють предмет дискусії.

Правило дванадцятьте попереджає: “Уникайте конфліктогенів”. Ними виступають слова, дії, які можуть призвести до конфлікту.

Тринадцятьте правило радить: “Слідкуйте за мімікою, жестами та позами своїми та співрозмовника”.

***Дякую за співпрацю
та
професійне ставлення!***

natalya@alyushina.com