

Проблема формування навичок аргументації студентів ВНЗ

Таможська І. В.

Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Анотація:

Розглянуто особливості формування навичок аргументації у професійній підготовці майбутніх фахівців, зокрема види та способи аргументації, вплив засобів комунікативної взаємодії співрозмовників на визначення області компромісу та прийняття спільного рішення, вибір стратегій поведінки комунікантами та вирішення завдань на фазі аргументації в діалозі, визначення факторів ефективності переконливого впливу аргументації співрозмовників. Запропонована система навчально-методичних засобів з формування навичок аргументації студентів ВНЗ, що спрямована розв'язанню професійно-мовленнєвої проблеми у поєднанні з теоретичними питаннями щодо основ аргументації.

Таможская И. В. Проблема формирования навыков аргументации студентов ВУЗ. Рассмотрены особенности формирования навыков аргументации в профессиональной подготовке будущих специалистов: виды и способы аргументации, влияние средств коммуникативного взаимодействия собеседников на определение зоны компромисса и принятия совместного решения, выбор стратегий поведения коммуникантами и решение задач на фазе аргументации в диалоге, определение эффективных факторов убедительного влияния аргументации собеседников. Предложена система учебно-методических средств по формированию навыков аргументации студентов ВУЗ, которая способствует решению профессионально-языковой проблемы в сочетании с теоретическими вопросами основ аргументации.

Tamozhska I. V. The features of argumentation skills formation problem in Higher Educational Establishment students. Deals with argumentation skill formation in future specialist's professional preparation: kinds and ways of argumentation, influence of communicative cooperation means on compromise zones defining and general decision making, strategy choice in communicators' behavior at argumentation phase in a dialogue, defining of effective factors of convincing argumentation influence in communicators. The work suggests the system of methodological research means for argumentation skill formation in Higher Educational Establishment students, which helps professional language problem solving in composition with theoretical questions argumentation basis.

Ключові слова:

аргументація, засоби комунікативного взаємодії, моделі аргументації.

аргументація, средства коммуникативного взаимодействия, модели аргументации.

argumentation, communicative cooperation means, argumentation models.

Вступ.

Одна з найбільш примітних рис сьогоденного світу – це економічна криза, пов'язаний з нею «інформаційний вибух», посилення конкуренції, що обумовлюють істотні зміни в процесах виробництва, організації роботи, моделях зайнятості робочої сили й ринках праці. Це, у свою чергу, вимагає значної модифікації «складу» та характеру знань і вмінь, якими повинен володіти майбутній фахівець, щоб справитися з новими завданнями й досягти успіху у своїй кар'єрі. Все це спричинює важливість підвищення якості фахової підготовки та рівня культури ділового спілкування студентів ВНЗ. Саме від рівня культури ділового спілкування значною мірою залежить успішність діяльності майбутнього фахівця, який повинен уміти налагоджувати продуктивні взаємини з партнерами, зокрема добре орієнтуватись у різноманітних комунікативних ситуаціях, обирати адекватні засоби, способи і прийоми спілкування, логічно та переконливо виражати свої думки. Якщо в процесі професійної комунікації виникає необхідність переконати співрозмовника або переконливо аргументувати свою відмову щодо певних пропозицій, то виникає проблема ефективності комунікативного впливу з метою досягнення розуміння, тому актуальним є дослідження особливостей формування навичок аргументації студентів ВНЗ.

Зарубіжні та вітчизняні дослідники приділяли значну увагу опису психолого-педагогічних та теоретико-пізнавальних аспектів аргументації, розгляду різних способів і видів обґрунтування (В.Асмус, П.Баранов, К.Бредемайер, І.Герасимова, І.Данилюк, Ф.Ємерев, Г.Клаус, В.Курбатов, Н.Непийвода, Н.Непрякін, К.Павлова, С.Поварин, І.Снетков, В.Шейнов, Я.Яскевич та інші). Крім того, особлива увага приділяється вивченню ефективних

методів та прийомів переконливого міркування, які враховують особисто-логічні, соціально-психологічні, інформаційно-комунікативні засоби впливу. Проте комплексне дослідження проблем аргументації повинно включати в себе не тільки розгляд процедур, засобів, структур переконання, але й психологічні, емоційні, вольові, прагматичні аспекти процесу переконання.

Робота виконана за планом НДР Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди.

Мета, завдання роботи, матеріал і методи.

Метою статті є розгляд особливостей ефективності комунікативного впливу, зокрема формування навичок аргументації майбутніх фахівців у процесі професійної підготовки.

Результати дослідження.

Оволодіння основами будь-якої професії починається із засвоєння певної системи загальних і професійних знань, основних способів розв'язання професійних завдань. Здатність спеціаліста до професійного спілкування забезпечується комплексом комунікативних вмінь (організаторських, інформативних, перцептивних, контрольно-стимулюючих). Вміння переконувати співрозмовника, досягнення компромісу та прийняття спільного рішення з метою «конструктивного ділового спілкування» є складовою професіограми фахівця, тому методи переконання мають стати складовою професійної підготовки у курсі української мови (за професійним спілкуванням).

Розглянемо, що впливає на оцінку мови аргументації. Зрозуміло, що адресат має власне бачення області компромісу, інтересів, намірів аргументатора; він визиває в адресата ті чи інші емоції (позитивні або негативні). Емоціонально-психологічні фактори в сприйманні аргументації в безпосередньому спілку-

ванні відіграють визначну роль, бо аргументація – це вербальна діяльність, яка складається з доведень для об'єктивного та суб'єктивного впливу обґрунтування деякого твердження. А актуальний та продуктивний зворотній зв'язок у процесі комунікативного взаємовпливу та поведінці співрозмовників закріплює в них досвід конструктивного ділового спілкування та ведення діалогу. Отже, в аргументаційному процесі в якості однієї із складових завжди наявна суб'єктивна оцінка (особистий досвід) сукупності результату всіх попередніх комунікативних актів, актуального та парціального взаємовпливу людини з даним співрозмовником.

Існують різні способи розташування підтверджень в аргументаційній мові, представимо одну з класифікацій: 1) низхідна та висхідна аргументація; 2) індуктивна та дедуктивна аргументація; 3) одnobічна та двобічна аргументація. Низхідний та висхідний способи аргументації різняться векторним напрямком посилення аргументації. У низхідній аргументації спочатку наводяться сильні аргументи, потім – слабкіші, завершення – висновок, спонування до дій. Зазначимо, що слабкі аргументи – це доповнення до сильних, тому вони поєднані з ними, це надає переконливості. Висхідна аргументація припускає, що сильна аргументація використовується в кінці виступу і закінчується яскравим, емоційним закликком [1, 4].

Використання індуктивної аргументації передбачає побудову викладу від аналізу конкретних фактів до висновку, тобто узагальнення на основі вивчених типових випадків. Таким чином, виступаючому необхідно слідкувати, щоб всі приклади, розглянуті в якості основи для узагальнення, були істинними та пов'язаними з висновками, а їх кількість обмежувалась тільки тим, щоб бути достатньою для відповідних узагальнень. Крім того, необхідно, щоб приклади були типовими для підтвердження представленого висновку. Дедуктивний же метод припускає міркування від загального до часткового: ряд явищ, які набувають значення загального правила, стають наступним загальним положенням для подальшого пізнавального процесу.

Одnobічна аргументація припускає виклад аргументів одного напрямку: позитивні, тобто ті, що підтримують дану позицію та негативні, коли висловлена протилежна позиція. Ця аргументація краще сприймається слухачами, готовими прийняти чужі міркування, особливо, якщо вони співпадають з їх особистими поглядами. При двобічній аргументації аудиторія порівнює дві позиції і разом з оратором вибирає одну з них. Цей прийом активізує увагу аудиторії, дозволяє глибоко та детально проаналізувати ситуацію і зробити слухачам висновок самостійно [3].

Слід відмітити, що успішність або неуспішність аргументації залежить від того, наскільки правильним є уявлення аргументатора до адресата. Сприймання аргументації зумовлено інтелектуальними можливостями та змістом уявного поля адресата, його особистісними якостями (психологічними, моральними, національними, релігійними), відношенням до сприймання аргументації. Основна умова

успішності аргументації – намагання аргументатора спонукати адресата вислухати, оцінити, прийняти аргументацію [2].

У такий спосіб, фахівець має будувати аргументаційну мову, яка доводить тезу за допомогою переконливих тверджень, які можуть бути істинними або неістинними, релевантними або нерелевантними, використовуючи правильні або неправильні способи міркування, що визначає коректність або некоректність аргументації. Він має співвідносити зміст своєї думки з реальністю, знаннями, уявленнями, правилами логіки; будувати міркування, що демонструють істинність, використовуючи умовиводи.

Сприймання або несприймання аргументації адресатом обумовлюється розумінням аргументаційної мови (змістом тези, аргументів та демонстративним міркуванням). Ступінь розуміння цієї мови залежить від інтелектуальних, інтерпретаційних можливостей адресата. Адресат свідомо або стихійно дає оцінку аргументаційній мові через формування власного відношення до тези, аргументу, засобів аргументації. Ця оцінка обумовлюється логіко-гносеологічними характеристиками (виявом тези, аргументів, припущень; послідовністю демонстративного міркування; констатацією істинності або хибності, очевидності або сумнівності висловлювань; співставленням висновку адресата про його коректність та ступінь аргументованості тези із заявленою тезою аргументатора тощо). Отже, комплексна логіко-гносеологічна оцінка аргументаційної мови, оцінка ступеня аргументованості тези є функція, яка обумовлюється гносеологічними оцінками всіх логічних висловів та умовиводів щодо цієї тези [4].

У такий спосіб, на оцінку аргументаційної мови впливає відношення адресата до аргументатора, який також оцінює аргументацію, впливає ставлення до даної особистості або до тієї групи, представником якої є аргументатор в уявленні адресата. Зрозуміло, що адресат має власне бачення області компромісу, інтересів, намірів аргументатора; він визиває в адресата ті чи інші емоції (позитивні або негативні). Емоційно-психологічні фактори в сприйманні аргументації в безпосередньому спілкуванні відіграють визначну роль, бо аргументація – це процес спілкування з особистісними нюансами. Тому в аргументаційному процесі в якості однієї із складових завжди наявна суб'єктивна оцінка (особистий досвід) сукупності результату всіх попередніх комунікативних актів, актуального та парціального взаємовпливу людини з даним співрозмовником. Отже, визначимо фактори, які спричинюють ефективність переконливого впливу аргументації співрозмовників, а саме:

1) особисті та соціальні установки, які активізуються аргументаційним актом (зв'язок з темою аргументації, особливостями та середовищем адресата, особистою та соціальною роллю аргументатора для адресата);

2) внутрішні опосередковані процеси (увага, розуміння, сприйняття);

3) результати аргументації (зміна поглядів, поведінки, емоцій).

Враховуючи, що основною метою процесу аргументації є переконання співрозмовника в прийнятті потрібного рішення або здійснення потрібної дії, то на даній фазі діалогу вирішуються такі завдання: 1) збереження контакту з співрозмовником; 2) отримання принципової згоди співрозмовника; 3) висловлювання аргументів, які належать інтересам, психологічному стану, відношенням людини (ІСВ); 4) визначення зони компромісу, прийняття спільних рішень. Оптимальним є таке рішення, при якому подальша відповідність ІСВ одного з учасників діалогу приводить до зниження рівня відповідності іншого. Зазначимо, що тактика поведінки на фазі аргументації – це демонстрація і доказ зв'язку мети (рішень) комунікатора з ІСВ співрозмовника; надання зворотного зв'язку співрозмовнику про прийняту від нього інформацію і про розуміння його ІСВ, мети; визначення області компромісу з урахуванням мети та ІСВ співрозмовників.

Досвід викладання «Української мови (за професійними спрямуванням)» та наукового дослідження з цього питання дають змогу проаналізувати різні стратегії поведінки студентів у діалозі на фазі аргументації (табл. 1).

Результати узагальнень дозволяють стверджувати, що завжди існує область компромісу, область прийняття оптимального рішення, задовольняюча ІСВ партнерів по діалогу. Переконливість аргументів, фактів та доказів для співрозмовника визначається не їх абсолютним, об'єктивним значенням та науковою істинністю, а тим, який суб'єктивний зміст вони несуть для інших, наскільки вони приналежать його ІСВ (суб'єктивній ієрархії смислів, потреб та цінностей). Тому оцінка процесу та результату комунікативної взаємодії обумовлюється ІСВ співрозмовника, його цілями та суб'єктивною інтерпретацією всього, що відбулося. Отже, комунікація ефективна щодо процесу та результату тоді, коли в процесі спілкування

Таблиця 1

Стратегії поведінки співрозмовників у діалозі на фазі аргументації

«я – стратегія»	«ти – стратегія»	«ми – стратегія»
мета		
представити свої міркування, щоб переконати партнера у своїй правоті	вислухати співрозмовника для того, щоб вказати на хибність його позиції, логіки переконань	слухати, щоб зрозуміти партнера та врахувати його думку при ефективному прийнятті консенсусного рішення
завдання		
знайти найбільшу кількість сильних аргументів на свою користь	знайти найбільше слабких місць і протиріч у позиції співрозмовника	зрозуміти ІСВ і мету співрозмовника задля прийняття кращого рішення
тактика		
- домінація в розмові - розгорнутий монолог - орієнтація на особисті розуміння переконливості фактів і доказів - висловлення своїх міркувань до логічного завершення	- вибіркоче сприймання доказів і міркувань - перехоплювання ініціативи в діалозі - деструктивна критика (контраргумент слабких місць з метою спростовування ідеї)	- активне слухання - орієнтація на ІСВ співрозмовника - конструктивна критика (визначення слабких місць у позиції співрозмовника з метою їх можливого підсилення)
техніка аргументації		
- посилання на автора - наполягання на своїй позиції - риторичні питання - інсинуації (вигадки) - оцінка	- посилання на авторитет - виокремлювання деталей - інверсія (зміна звичайного порядку слів у фразі висловлювання для надання їй особливого стилістичного забарвлення) - замовчування відповіді - закриті риторичні питання - оцінка	- посилання на авторитет - виокремлювання деталей - інверсія - поетапна угода
специфіка поведінки		
- багатослівність - егоцентризм - ігнорування ІСВ і думки партнера - тиск, оцінка - відсутність зворотного зв'язку - аргументи обираються із свого ІСВ	- подвійність поведінки - випитування - ігнорування ІСВ і думки партнера - багатослівність - відсутність зворотного зв'язку - перехід на особистість співрозмовника	- слухання та розуміння ІСВ співрозмовника - відсутність негативних емоцій - аргументи належать ІСВ співрозмовника - існує зворотній зв'язок

співрозмовники визначили область компромісу, тобто досягли поставленої мети засобами комунікативної взаємодії, а саме: психологічного, мовного та логічного маніпулювання [5].

Висновки.

Першочерговими особливостями формування навичок аргументації у професійній підготовці майбутніх фахівців є такі: емоціонально-психологічні фактори сприймання аргументації опонентом та її оцінка співрозмовниками, вплив засобів комунікативної взаємодії співрозмовників на визначення області компромісу та прийняття спільного рішення; вибір стратегій поведінки, видів та способів аргументації комунікантами на фазі аргументації під час діалогу. Враховуючи прикладну направленість ділового спілкування, у курс «Українська мова (за професійним спрямуванням)» було введено тему «Теорія і практика аргументації», яка складається з теоретичної та практичної частини. Практичні завдання сформовані у такий спосіб, щоб студенти мали змогу аналізувати представлену аргументацію, формувати аргументацію для власного виступу та брати активну участь у розв'язанні дискусійних питань, одночасно враховуючи особистість партнера, співставляючи позиції співрозмовників щодо предмета ділових суперечок, керуючи емоційним станом у конфлікті, удосконалюючи логіку висловлювань.

Специфіка запропонованої системи роботи над формуванням навичок аргументації студентів ВНЗ полягала в поєднанні теоретичних питань з професійно-мовленнєвими ситуаціями, які потребують застосування знань того, як слід розмірковувати, яким чином підсилити аргументування, які шляхи існують для впливу на логіку іншого. У результаті такої комунікативної активності відбувається збагачення різних форм професійно-ділового спілкування, формування навичок ефективної-бізнес комунікації та культури ділового спілкування, що сприяє розв'язанню кола проблем фахової підготовки студентів.

Перспективи подальшої роботи вбачаємо в дослідженні психолого-педагогічних аспектів щодо опанування студентами ВНЗ навичками використання засобів аргументації та способів реалізації стилів аргументації.

Література:

1. Ипполитов Н.А. Русский язык и культура речи: учеб. / Ипполитовой Н.А., Князева М.Р., Саввова М.Р. – М.: ТК Велби, 2008. – 440 с.
2. Кузина Е.Б. Лекции по теории аргументации: учеб. пособие / Е.Б. Кузина. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 136 с.
3. Москвин В.П. Аргументативная риторика: теоретический курс для филологов / В.П. Москвин. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 637 с.
4. Непряхин Н.Ю. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации / Н.Ю. Непряхин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 138 с.
5. Снетков В.М. Психология коммуникации в организациях / В.М. Снетков. – М.: Ин-т общегуманитарных исследований, 2002. – 192 с.

Надійшла до редакції 24.11.2009р.
Тамозська Ірина Володимирівна
itamozska@rambler.ru