**Контрольная работа по дисциплине «Психология делового общения»**

**на тему: Техника аргументирования**

-2010

Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 3 |
| 1. Сущность аргументирования | 4 |
| 1. Техника аргументирования | 6 |
| 1. Тактика аргументирования | 9 |
| 1. Ошибки по отношению к аргументам | 11 |
| Заключение | 12 |
| Список использованной литературы | 15 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Введение**

Часто в повседневной жизни человек сталкивается с различными трудностями. Во многих случаях, например на лекции, в докладе, в ходе полемики, на защите диссертации и во многих других, приходится доказывать, обосновывать и аргументировать высказанные суждения, собственную точку зрения.

Слово — великий инструмент человеческого общения и безграничного воздействия на людей. Руководители заботятся о содержании словесного воздействия, и в то же время беззаботно относятся к его форме, которая не менее важна. Что, например, имеется в виду, когда речь идет о технике словесного убеждения? Это дикция (четкое произношение звуков), выразительное произношение (в частности правильное оперирование логическими ударениями), громкость (в зависимости от аудитории), умение управлять своими жестами и мимикой, четкая логическая структура речи, наличие пауз, кратких перерывов. Следует отметить, что убеждает не только слово, но и дело, поэтому рассчитывать в убеждающем воздействии только на слова, даже правильно и доходчиво сказанные, но не подтвержденные конкретными делами, не стоит.

Методы убеждения являются ведущими среди методов организаторского воздействия. Убеждение — это, прежде всего, разъяснение и доказательство правильности и необходимости определенного поведения либо недопустимости какого-то проступка.

Процесс убеждения, пожалуй, самый сложный среди остальных способов организаторского воздействия. Ведущее место в этом процессе занимает аргументирование своей позиции и стремление сделать так, чтобы она стала позицией, убеждением каждого участника коллективной деятельности. Поэтому мы более внимательно рассмотрим аргументирование как важнейшую основу убеждения.

Все это определило актуальность темы данной работы. Целью настоящей работы является рассмотрение теоретических аспектов аргументирования.

**Понятие аргументирования**

Аргументирование - процесс приведения в ходе деловой беседы аргументов (доводов, доказательств) в пользу какого-либо утверждения. Является наиболее сложной и ответственной частью беседы, так как требует концентрации внимания собеседников, обширных и глубоких знаний по тематике беседы, самообладания, целеустремленности и одновременно такта, выдержки, корректности высказываний, умения точно формулировать свои мысли и правильно реагировать на аргументы собеседника.

Аргументирование можно представить как организацию мыслей, их упорядочивание, приведение в логическую систему, обладающую высокой степенью неоспоримости и убедительности;

Цель аргументирования - изменить точку зрения и первоначально занятые позиции собеседников. При этом возможно несколько случаев:

- полная перемена позиции собеседника, что, во-первых, требует очень сильных аргументов, а во-вторых, не гарантировано, так как возможно полное несовпадение этих аргументов и интересов собеседника;

- частичное изменение интересов собеседника, которое позволяет быстро найти компромиссное решение, устраивающее обе стороны;

- незначительные уступки в позиции собеседника, дающие возможность частично решить проблему;

- полная перемена собственной позиции под воздействием аргументов собеседника, что равнозначно признанию невозможности решения проблемы способом переговоров;

- частичное изменение собственной позиции и согласие на компромиссное решение, основанное на частичном решении проблемы;

- незначительные уступки собеседнику, практически не оказывающие влияния на достижение цели беседы.

В качестве аргументов могут выступать различные по своему содержанию суждения:

1) Теоретические обобщения не только служат целям объяснения известных или предсказания новых явлений, но выполняют также роль доводов в аргументации. Роль аргументов также могут выполнять эмпирические обобщения.

2) Роль аргументов выполняют суждения о фактах.

Фактами или фактическими данными, называют единичные события или явления, для которых характерны определенно время, место и конкретные условия их возникновения и существования.

Когда речь идет о фактах как аргументах в процессе убеждения, то имеют в виду суждения о фактах, в которых выражена информация о единичных событиях и явлениях

3) Аргументами также могут быть аксиомы, т.е. очевидные и потому недоказываемые в данной области положения.

4) Кроме того, аргументами могут являться определения основных понятий в конкретной области знаний.

Чтобы провести этап аргументирования на высоком уровне, необходимо тщательно к нему готовиться. В частности, при подготовке к беседе необходимо:

- проверить достоверность и точность фактов, цифровых и других материалов, которые предполагается использовать в составе аргументов;

- установить непротиворечивость и логичность выводов, замечаний;

- оценить аргументацию на занимательность, при необходимости подкрепить живыми примерами;

- спрогнозировать содержание возможных контраргументов собе­седника, дать им оценку, найти убедительные опровержения.

Существует множество способов аргументирования. Они могут быть сведены к следующим четырем приемам

1. Прием снятия напряженности - требует установления эмоционального контакта с собеседником. Для этого достаточно нескольких слов. Шутка, вовремя и к месту сказанная, также во многом способствует разрядке напряженности и созданию позитивной психологической обстановки для обсуждения.
2. Прием «зацепки» позволяет кратко изложить ситуацию и, увязав ее с содержанием беседы, использовать как исходную точку для проведения обсуждения проблемы. В этих целях можно с успехом использовать какие-то события, сравнения, личные впечатления, анекдотический случай или необычный вопрос.
3. Прием стимулирования воображения предполагает постановку в начале беседы множества вопросов по содержанию тех проблем, которые должны рассматриваться. Этот метод дает хорошие результаты, когда исполнитель отличается трезвым взглядом на решаемую проблему.
4. Прием прямого подхода предполагает непосредственный переход к делу без какого-либо вступления или преамбулы. Схематично это выглядит следующим образом: кратко сообщаете причины, по которым созывается заседание, и переходите к их обсуждению.

**Техника аргументирования**

Существуют правила доказательного рассуждения. Невыполнение их ведет к ошибкам в отношении обосновываемого тезиса, аргументов и всей формы процесса доказательства.

Логическая состоятельность и доказательное значение рассуждения во многом зависят от качества исходного фактического и теоретического материала - убеждающей силы аргументов.

Процесс аргументации всегда предполагает предварительный анализ имеющегося фактического материала, статистических обобщений, свидетельств очевидцев, научных данных и т.п.

Предварительная работа проводится при этом с учетом особой техники и тактики аргументации. Под тактикой понимается поиск и отбор таких аргументов, которые окажутся наиболее убедительными для данной аудитории, учитывая возрастные, профессиональные, культурно-образовательные, социальные и другие ее особенности.

Решение же стратегической задачи аргументации определяется выполнением следующих требований, или правил в отношении аргументов:

* Достоверность аргументов;
* Автономное от тезиса обоснование;
* Непротиворечивость;
* Достаточность.

Рассмотрим подробнее эти правила.

1) Требование достоверности, т.е истинности и доказательности аргументов определяется тем, что они выступают логическими основаниями, опираясь на которые выводят тезис. Сколь бы вероятными ни были доводы, из них может следовать правдоподобный, но не достоверный тезис.

Доводы выполняют роль фундамента, на котором строится аргументация. Если в фундамент рассуждения поместить непроверенные или сомнительные факты, то тем самым можно поставить под угрозу весь ход аргументации.

2) Требование достаточности аргументов.

В своей совокупности доводы должны быть такими, чтобы из них по правилам логики в необходимости следовал доказываемый тезис.

Правило достаточности аргументов проявляется по-разному, в зависимости от используемых в процессе обоснования различных видов умозаключений. Так, недостаточность аргументации при обращении к аналогии проявляется в малом числе сходных для сравниваемых явлений признаков.

Отклонения от требований достаточности аргументов неуместны ни в ту, ни в другую сторону. Доказательство несостоятельно, когда отдельными фактами пытаются обосновать широкий тезис - обобщение в этом случае будет «слишком широким или поспешным». Причина появления таких  неубедительных обобщений объясняется, как правило, недостаточным анализом фактического материала с целью отбора из множества фактов лишь достоверно установленных, несомненных и наиболее убедительно подтверждающих тезис.

Не всегда дает положительные результаты принцип «чем больше аргументов, тем лучше». Трудно признать убедительным рассуждение, когда, стремясь во что бы ни то ни стало доказать тезис, увеличивают число аргументов, полагая, что тем самым надежнее подтверждают его. Действуя таким образом, легко совершать логическую ошибку «чрезмерного доказательства», когда незаметно для себя берут явно противоречащие друг другу доводы. Аргументация в таком случае будет всегда нелогичной или чрезмерной, по принципу «кто много доказывает, тот ничего не доказывает».

При поспешном, не всегда продуманном анализе фактического материала встречается использование и такого аргумента, который не только не подтверждает, а наоборот, противоречит тезису выступающего. В этом случае говорят, что оратор использовал «самоубийственный довод».

Наилучшим принципом убедительного рассуждения является правило: лучше меньше, да лучше, т.е. все относящиеся к обсуждаемому тезису факты и положения должны быть тщательно взвешены и отобраны, чтобы получить надежную и убедительную систему аргументов.

Достаточность аргументов следует расценивать не в смысле их количества, а с учетом их весомости. При этом отдельные, изолированные аргументы, как правило, обладают малым весом, ибо допускают различное истолкование. Иное дело, если используется ряд доводов, которые взаимосвязаны и подкрепляют друг друга. Вес такой системы аргументов будет выражаться не их суммой, а произведением составляющих. Не случайно говорят, что изолированный факт весит, как перышко, а несколько связанных фактов давят с тяжестью жернова.

3) Автономное обоснование аргумента.

Аргументы должны быть суждениями, истинность которых доказана самостоятельно, независимо от тезиса. Требования автономного обоснования аргументов означает: поскольку доводы должны быть истинными, то, прежде чем обосновывать тезис, следует проверить сами аргументы. При этом для доводов изыскивают основания, не обращаясь к тезису. Иначе может случиться, что недоказанным тезисом обосновываются недоказанные аргументы.

4) Требования непротиворечивости аргументов

Оно вытекает из логической идеи, согласно которой из противоречия формально следует все, что угодно - и тезис оратора, и антитезис оппонента. Содержательно же из противоречивых оснований с необходимостью не вытекает ни одно положение.

**Тактика аргументации**

Рассмотрим основные положения тактики аргументирования.

1. Применение аргументов. Фазу аргументации следует начинать уверенно, без особых колебаний. Главные аргументы излагать при любом удобном случае, но, по возможности, каждый раз в новом свете.

2. Выбор техники. В зависимости от психологических особенностей собеседников выбираются различные методы аргументирования.

3. Избежание конфронтации. Для нормального хода аргументации очень важно избегать обострении или конфронтации, так как противоположные точки зрения и натянутая атмосфера, возникшие в ходе изложения одного из пунктов аргументации, легко могут распространиться и на другие области. Здесь существуют некоторые тонкости:

* рекомендуется рассматривать критические вопросы либо в начале, либо в конце фазы аргументации;
* полезно по особо деликатным вопросам переговорить с исполнителем наедине до начала обсуждения, так как «с глазу на глаз» можно достигнуть больших результатов, чем на заседании;
* в исключительно сложных ситуациях полезно сделать перерыв, чтобы «остыли головы», а потом вновь вернуться к тому же вопросу.

4. «Стимулирование аппетита». Этот прием основывается на следующем положении социальной психологии: удобнее всего предложить исполнителю варианты и информацию для предварительного пробуждения у него интереса к ней. Это означает, что сначала нужно описать текущее состояние дел с акцентом на возможные негативные последствия, а потом (на основе «спровоцированного аппетита») указать направление возможных решений с подробным обоснованием всех преимуществ.

5. Двусторонняя аргументация. Она больше повлияет на сотрудника, мнение которого не совпадает с вашим. В этом случае вы указываете как на преимущества, так и на слабые стороны предлагаемого решения. Эффективность такого приема зависит от интеллектуальных способностей исполнителя. В любом случае по возможности следует указать на все недостатки, о которых он мог бы узнать из других источников информации. Односторонняя аргументация может применяться в тех случаях, когда у сотрудника сложилось свое мнение или он открыто выражает положительное отношение к вашей точке зрения.

6. Очередность преимуществ и недостатков. В соответствии с выводами социальной психологии, решающее влияние на формирование позиции собеседника оказывает такая информация, когда вначале перечисляются преимущества, а потом недостатки.

7. Персонификация аргументации. Исходя из того, что убедительность доказательств, прежде всего, зависит от восприятия подчиненных (а они некритичны к самим себе), вы приходите к мысли, что нужно сначала попытаться выявить их позицию, а потом включить ее в вашу конструкцию аргументации или же, по крайней мере, не допустить, чтобы она противоречила вашим предпосылкам. Проще всего это достигается путем прямого обращения к сотруднику:

«Что вы думаете об этом предложении?»

«Как, по вашему мнению, можно решить эту проблему?»

«Вы правы»

Признав его правоту, проявив внимание, мы тем самым поощряем человека, который теперь примет нашу аргументацию с меньшим сопротивлением.

8. Составление заключений. Можно с блеском вести аргументацию, но все же не достигнуть желаемой цели, если мы не сумеем обобщить предлагаемые факты и сведения. Поэтому, чтобы добиться как можно большей убедительности, вы обязательно должны сами сделать выводы и предложить их сотрудникам, потому что факты не всегда говорят сами за себя.

9. Приемы контраргументации. Когда вас пытаются поставить в тупик посредством безупречной, по крайней мере, на первый взгляд, аргументации, следует оставаться хладнокровным и подумать:

Верны ли изложенные утверждения? Можно ли опровергнуть их основы или хотя бы отдельные части, где факты не увязаны между собой?

Можно ли выявить какие-нибудь противоречия?

Не являются ли выводы ошибочными или хотя бы частично неточными?

Технология аргументирования в убеждающем воздействии поможет избежать некоторых трудностей и конфликтов в управлении коллективами и в организации коллективной деятельности.

**Ошибки по отношению к аргументам**

1) Принятие за истину ложного аргумента или «Основное заблуждение» (error fundamentalis).

В качестве аргументов берутся не истинные, а ложные суждения, несуществующие факты, которые выдают или пытаются выдать за истинные. Ошибка может быть непреднамеренной. Например, геоцентрическая система Птолемея была построена на основании ложного допущения, согласно которому Солнце вращается вокруг Земли. Ошибка может быть и преднамеренной (софизмом), совершенной с целью запутать, ввести в заблуждение других людей. Такое заблуждение называется основным потому, что подрывает главнейший принцип доказательства – убедить в правильности такого тезиса, который покоится не на любом, а лишь на твердом фундаменте из истинных положений.

Употребление ложных, недоказанных или непроверенных аргументов нередко сопровождается оборотами: “всем известно”, “давно установлено”, “совершенно очевидно”, “никто не станет отрицать” и т.п. Слушателю как бы оставляется одно: упрекать себя за незнание того, что давно и всем известно.

2) «Предвосхищение оснований» (petitio principii)- также является правила.

Эта ошибка совершается тогда, когда тезис опирается на недоказанные аргументы, последние же не доказывают тезис, а только предвосхищают его. Используются недоказанные, как правило, произвольно взятые положения: ссылаются на слухи, на мнения или высказанные кем-то предположения и выдают их за аргументы, якобы обосновывающие основной тезис.

3) «Порочный круг» или «круг в демонстрации» (circulus in demonstrando)- нарушение третьего правила.

Ошибка состоит в том, что тезис обосновывается аргументами, а аргументы обосновываются этим же тезисом.

4) Нарушение требования непротиворечивости аргументов ведет к тому, что из таких аргументов невозможно вывести какое-либо положение в принципе: ни истинное, ни ложное.

**Заключение**

Аргументирование — это сугубо логический процесс, суть которого в том, что в нем обосновывается истинность нашего суждения (того, что мы хотим доказать, т.е. тезиса доказательства) с помощью других суждений (т.е. аргументов или, как их проще называют, доводов).

Аргументация достигает цели, когда соблюдаются правила доказательства.

Таким образом, логическая состоятельность и доказательное значение рассуждения во многом зависит от качества исходного фактического и теоретического материала - убеждающей силы аргументов. Процесс аргументации всегда предполагает предварительный анализ имеющегося фактического и теоретического материала, статистических обобщений, свидетельств очевидцев, научных данных и т.п. Слабые и сомнительные аргументы отбрасываются, наиболее веские синтезируются в стройную и непротиворечивую систему доводов.

Часто в выступлениях оратор используют психологические аргументы, которые представляют собой обращение к эмоциям, чувствам, желаниям и интересам адресата. Как правило, они используются спорщиками и публичными ораторами сознательно: чем искусней оратор, тем свободнее он владеет арсеналом таких аргументов и тем этот арсенал богаче.

Итак, целью оратора при аргументации является убеждение оппонента в правоте сказанного с помощью таких слов и речевых конструкций, которые способны вызвать необходимые мысли и чувства.

Убеждающее воздействие суждений в коммуникативном процессе зависит от логического фактора, т.е правильного построенного обоснования, а также важная роль в этом принадлежит внелогическим факторам: лингвистическому, риторическому, психологическому и другим. Таким образом убеждение может быть вызвано логикой, содержанием речи, эмоциональной яркостью изложения. Убеждение должно быть логичным, последовательным и максимально доказательным, и, следовательно, в силу этого, должно содержать не только обобщенные положения (принципы и правила), но конкретные примеры. В процессе убеждения необходимо обстоятельно и глубоко проанализировать факты, продемонстрировать аудитории и оппоненту творческий подход к ним и на этой основе сделать соответствующие выводы.

Таким образом, аргументирование требует наличия профессиональных знаний и общей эрудиции, концентрации внимания, выдержки, решительности и корректности. При этом мы во многом зависим от собеседника. Ведь именно ему, в конце концов, решать, принимает он наши аргументы или нет.

В целом была выявлена важность правильной аргументации, которая основывается, прежде всего, не на количестве фактов, а на их убедительности, яркости, впечатляющей логике.

**Список использованной литературы**

1. Каверин Б.И., Демидов И.В. Логика и теория аргументации: учебное пособие для ВУЗов – М.: Юнити-Дана, 2005
2. Кириллов В.И., Старченко А.А. Логика: учебник – М.: Юристъ, 2000
3. Кохтев И.Н. Основы ораторской речи: учебник – М.: МГУ, 1998
4. Кузин Ф.А. Социальный имидж – М.: Ось-89, 2006
5. Лавриенко В.И. Психология делового общения – М.: Юнити-Дана, 2007
6. Сопер П.Л. Основы искусства речи – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999
7. [www.wikipedia.ru](http://www.wikipedia.ru)