**Дзелавыя зносіны кіраўніка**

**Змест**

1. Пісьмовыя дакументы ў сферы дзелавых зносін

2. Віды аргументацыі ў дзелавых зносінах

Спіс выкарыстаных крыніц

**1. Пісьмовыя дакументы ў сферы дзелавых зносін**

Уменне правільна, пісьменна і своечасова складаць разнастайныя дзелавыя паперы адносіцца да абавязковых прафесійных навыкаў і патрэб кіраўніка. Кожны пісьмовы дакумент служыць своеасаблівай візітнай карткай адпаведнай фірмы, арганізацыі, установы і г.д., таму яго нестандартнае афармленне, стылёвыя недакладнасці, моўныя памылкі могуць паслужыць толькі пагаршэнню іміджу адрасанта тых або іншых дзелавых папер ці службовых дакументаў, якія перадаюцца электроннай поштай.

Уся дзелавая карэспандэнцыя класіфікуецца на розных падставах на пэўныя групы. Так, па тэматычнай прыкмеце яна (карэспандэнцыя) падзяляецца на камерцыйную і дзелавую. **Камерцыйныя дакументы** складаюцца ад імя юрыдычных асоб, таму звычайна служаць адначасова і як прававыя дакументы (напрыклад, пісьмы-запыты, пісьмы-прапановы, пісьмы-рэкламацыі, адказы на падобныя пісьмы). **Дзелавыя пісьмы** маюць афіцыйны і прававы статус, яны рэгістыруюцца і ўключаюць у сябе, распіскі, паведамленні, запрашэнні і інш. У залежнасці ад скіраванасці на адрасата **дзелавыя пісьмы падзяляюцца** на **цыркулярныя** (пісьмо пасылаецца з адной крыніцы-ўстановы па некалькіх пэўных адрасах, як правіла, падпарадкаваных інстанцый) і **звычайныя** (пасылаецца ад адной да другой установы). **Па знешняй форме дзелавыя пісьмы падзяляюцца** на **рэгламентаваныя** (стандартныя) і **нерэгламентаваныя** (нестандартныя). Стандартныя пісьмы складаюцца па пэўнаму ўзору (паперы пэўнага фармату з зададзеным наборам рэквізітаў), а нестандартныя, хаця і маюць элементы рэгламентацыі, рэалізуюцца ў выглядзе аўтарскага тэксту.

Акрамя карэспандэнцыі, кожная ўстанова карыстаецца **пісьмовымі дакументамі, якія можна падзяліць тэматычна на наступныя групы:**

**1)** распарадчыя дакументы (загады, пастановы, распараджэн-ні, рашэнні і інш.);

**2)** арганізацыйныя дакументы (інструкцыі, палажэнні, статуты і да т.п.);

**3)** арганізацыйна-распарадчыя дакументы (пратаколы);

**4)** інфармацыйна-даведачныя дакументы (агляды, акты, даведкі, дакладныя і тлумачальныя запіскі, зводкі, тэлеграмы, тэлефанаграмы і інш.).

**Паводле зместу дакументы падзяляюцца** на складаныя (разглядаецца некалькі розных пытанняў) і простыя (прысвечаны звычайна аднаму пытанню); **паводле паходжання** – на службовыя (афіцыйныя) і асабістыя; паводле адносін да фінансаў – на бухгалтарскія (транспартныя накладныя, прыходныя і расходныя ордэры, прыймовыя квіткі і да т.п.) і дакументы справаводства (службовыя лісты, анкеты, дагаворы, даведкі, аўтабіяграфіі, загады і да т.п.); **паводле часу выканання** – на тэрміновыя і нетэрміновыя.

Кожны дзелавы дакумент павінен строга адпавядаць свайму жанру, быць лаканічным, дакладным, канкрэтным, не дапускаць розначытанняў, двухсэнсоўнасці, павінен выкарыстоўваць стандартызаваныя моўныя выразы, клішэ, быць карэктным і добразычлівым, мець аб‘ектыўную неэмацыянальную танальнасць, якая зыходзіць не ад адной асобы, а ад пэўнай арганізацыі, не змяшчаць экспрэсіўных сродкаў мовы (пра ўзоры і мову розных дзелавых дакументаў).

Аб‘ём дзелавых пісем звычайна не павінен перавышаць адной старонкі, яны ўключаюць у сябе такія дадзеныя (рэквізіты), як адрас атрымальніка, дата адпраўкі, індэкс, тэкст (тэма, жанр або характар пісьма – гарантыйнае, рэкламацыйнае, дагаворнае, суправаджальнае, рэкламацыйнае і г.д., што вызначаецца з дапамогай ключавых слоў), адрас адпраўшчыка (адрасанта), найменне адрасанта. У дзелавых пісьмах звычайна выкарыстоўваюцца ўстойлівыя лагічныя і моўныя выразы, што надаюць ім афіцыйны характар, адназначнае разуменне, дакладнасць, стандартнасць. Стыль і мова службовых дакументаў характарызуюцца нейтральнасцю, надасабовым спосабам выкладання думак, што забяспечвае іх належную аб‘ектыўнасць, уніфікацыяй і тыпізацыяй сродкаў выражэння, якія і прыводзяць да выразнага дакладнага вербальнага афармлення адпаведных паведамленняў. Дзелавыя лісты, дакументы выглядаюць пераканаўчымі і заслугоўваюць больш даверу, калі яны адпавядаюць нормам службовага этыкету, выражаюць інтарэсы не пэўнай асобы, а арганізацыі, установы, фірмы.

У аўтарскім пісьмовым тэксце службовага прызначэння, гэтаксама як і ў вусным дакладзе, структурна выдзяляюцца тры часткі: уступ, галоўная частка, заключэнне. Ва ўступе, або ўводзінах, абгрунтоўваецца тэма асноўнай часткі, аргументавана падводзяць чытача (адрасата) да яе; у заключэнні падводзяцца вынікі асноўнага зместу, даецца агульная яго ацэнка, якая стасуецца са сфармуляванай ва ўступе тэмай. Асноўная частка пісьмовага тэксту павінна змяшчаць матэрыял у пэўнай лагічнай паслядоўнасці, прычыннай залежнасці розных частак зместу дакумента. Кожнае важнае палажэнне, структурныя часткі дакумента вызначаюцца на пісьме асобнымі абзацамі, якія лагічна, а таксама моўнымі сродкамі (з дапамогай паўтораў папярэдніх слоў, займеннікаў, уводных слоў і канструкцый і інш.) звязваюцца паміж сабой у адзінае сэнсавае цэлае і арганізуюцца камунікатыўнай накіраванасцю дакумента (даць даставерную інфармацыю адрасату, пераканаць яго ў выгодах той ці іншай прапановы, стымуляваць да пэўных дзеянняў ў інтарэсах адрасата і сваіх інтарэсах і інш.).

Такім чынам, галоўныя патрабаванні да пісьмовых тэкстаў дзелавога характару зводзяцца да наступных рэкамендацый:

а) улічванне інтарэсаў (пажаданняў) адрасата;

б) лагічная структурная і моўная кампазіцыя дакумента, у якім неабходна звязаць усе палажэнні і часткі ў адзінае мэтанакіраванае пасланне;

в) старанны выбар моўных сродкаў (непажадана ўжываць малавядомыя тэрміны, складаныя структуры сказаў, перавага на пісьме сцвярджальных, актыўных па структуры паведамленняў, а не пасіўных і адмоўных);

г) быць у выкладанні думак на пісьме лаканічным, змястоўным, канкрэтным, дакладным.

Пры гэтым карысным можа быць разумовае ўяўленне сцэнарыя, у якім вы ставіце сябе на месца адрасата. Вы добра ведаеце ўмовы і мэты вашага пісьма, знаеце таго, каму пішаце, яго інтарэсы, характар, схільнасці, асабістыя якасці і г.д. Якім будзе ваша ўспрыманне зместу пісьма, прапаноў, якія маюцца ў ім, ці прынясуць яны вам і вашай арганізацыі карысць, ці паспрыяе гэта наладжванню добрых, узаемавыгадных адносін з адрасантам у далейшым, ці можаце вы прапанаваць у адказ таксама нешта адпаведнае інтарэсам вашага партнёра, ці ўсё магчымае вы зрабілі ў сваім пісьме для таго, каб зацікавіць адрасанта і каб ён абавязкова даў пісьмовы адказ, пажадана са станоўчым для вас вынікам. У дзелавых пісьмах не павінна быць збыткоўнай фамільярнасці, зварот да адрасата павінен змяшчаць найбольш важныя сацыяльныя і прафесійныя характарыстыкі аўтара (прэзідэнт, прафесар, дэкан, рэктар, доктар і г.д.). Важным кампанентам дзелавога пісьма можа служыць постскрыптум з надзеямі, пажаданнямі, дадатнымі зваротамі адрасанта.

**2. Віды аргументацыі ў дзелавых зносінах**

**Да аргументацыі адносяцца** разнастайныя доказы, абгрунтаванні палажэнняў свайго выступлення, даклада (артыкула, пісьмовага дакумента), а таксама абвяржэнне або доказная крытыка палажэнняў выступлення апанента з мэтай праверкі іх (палажэнняў) на даставернасць, ісціннасць. Асабліва выразна неабходнасць аргументацыі ўзнікае і праяўляецца пры дыспуце, спрэчках, палеміцы, дыскусіях, абмеркаванні праблемных сітуацый і г.д., дзе наяўная публіка (аўдыторыя, сход і інш.) можа выступаць своеасаблівым арбітрам, а пераможцам у спрэчцы часам з‘яўляецца не той, хто бліжэй да ісціны, а той, хто больш эрудыраваны, аўтарытэтны, займае вышэйшую пасаду ці мае прэстыжны сацыяльны статус, хто на дадзены момант прывёў больш пераканаўчыя аргументы на карысць таго ці іншага тэзіса.

Аргументацыя патрабуе ад выступоўцы (адрасанта, аўтара) глыбокіх ведаў па прадмету гаворкі, упэўненасці ў сабе, інтэлектуальнай ініцыятывы, мэтанакіраванасці, канструктыўных намераў пры вырашэнні пытання, умення вылучыць ядро, ці галоўную частку тэмы і сканцэнтраваць менавіта на ёй усе свае высілкі, духоўныя намаганні, энергію. Пры публічных дэбатах надзвычай важным служыць здольнасць або навык кантраляваць свае эмоцыі, засяроджвацца не на апаненце, а на тэме дыскусіі, своечасова выяўляць памылкі, лагічныя супярэчнасці, недакладнасці ў прамове свайго апанента, да якога неабходна ўвесь час ставіца карэктна, добразычліва, тактоўна.

**Да найбольш пашыраных і пераканаўчых відаў аргументацыі адносяцца лагічныя довады, у якіх аб’ектыўна адлюстроўваюцца і рэчаіснасць, і нашы думкі аб ёй**. Падобныя довады фармулююцца ў якасці наступных **законаў фармальнай логікі**: **закон тожаства** (кожнае палажэнне ў зададзеным віду маўленчай дзейнасці павінна мець пэўны і ўстойлівы змест, які нельга падмяняць іншым зместам); **закон супярэчнасці** (дзве супрацьлеглыя думкі аб адным і тым жа прадмеце ў адзін і той жа час, у адных і тых жа адносінах не могуць быць адначасова ісціннымі; дадзенае палажэнне не скіравана супраць дыялектычных супярэчнасцяў, што існуюць у рэальнасці, а толькі супраць супярэчлівых думак, палажэнняў у разважаннях людзей); **закон выключэння трэцяга** (з двух супярэчных выказванняў у адзін і той жа час, у адных і тых жа адносінах адно з‘яўляецца ісцінным; гэты закон распаўсюджваецца толькі на супярэчлівыя меркаванні аб адным і тым жа прадмеце, дзе ў адным выказванні нешта сцвярджаецца, у другім – адмаўляецца і паміж імі не можа быць трэцяга суджэння); **закон дастатковага абаснавання** (усялякая правільная думка павінна быць абгрунтавана іншымі думкамі, ісціннасць якіх ужо даказана); **доказ ад адваротнага,** што шырока ўжываецца, напрыклад, у геаметрыі, зараз распаўсюдзіўся на іншыя сферы ведаў, раздзелы навукі.

**Лагічныя меркаванні могуць быць індуктыўнымі** (шлях думкі ад прыватнага да агульнага) **і дэдуктыўнымі** (шлях думкі ад агульнага да прыватнага). У першым выпадку разглядаюцца наяўныя канкрэтныя факты, прыклады, асаблівасці, якія абагульняюцца і робіцца пэўны тэарэтычны вывад ці фармулюецца вызначанае правіла. Напрыклад, у беларускай мове гукі о, э ў незапазычаных словах заўсёды знаходзяцца пад націскам, у прыватнасці ў словах абаронца, жолуд, звон, моладзь, пірог, сэрца, стрэл, мова, рэдкі, рэкі і інш. Пры іх словазмяненні такім чынам, каб дадзеныя гукі былі не пад націскам (параўн.: абараняць, жалуды, званы, малады, пірагі, сардэчны, страляць, маўленне, радзей, рака), лёгка заўважыць, што гукі о,э не пад націскам пераходзяць у а, адкуль робіцца абагульненне аб характэрнай фанетычнай рысе беларускай мовы – аканні (дарэчы амаль кожны пяты гук нашай мовы прыпадае менавіта на а). Пры дэдукцыі ад зыходнага агульнага меркавання робяцца прыватныя заключэнні. Напрыклад, у элементарным сілагізме Усе людзі смяротныя, Сакрат – чалавек, Значыць, Сакрат смяротны і да т. п.

Зразумела, правільныя заключэнні можна рабіць толькі пры зыходна даставерных пасылках, на падмурку якіх ажыццяўляюцца індуктыўныя, дэдуктыўныя ці іншыя віды лагічных заключэнняў. Праз праверку на лагічную правільнасць павінны праходзіць усе выказаныя думкі, меркаванні, прапановы, палажэнні, бо без гэтага іх доказнасць не будзе стратэгічна паўнавартаснай, нават калі з дапамогай іншых довадаў (напрыклад, псіхалагічных) можна дасягнуць тактычных поспехаў, дапусцім, у тым ці іншым дыспуце. **Псіхалагічныя аргументы грунтуюцца** на ўліку інтарэсаў, пажаданняў, пачуццяў, сімпатый аўдыторыі. Людзі звычайна кіруюцца ў многіх сітуацыях інстынктам самазахавання, эканамічнымі, асабістымі, грамадскімі інтарэсамі, здаровым сэнсам, добрай рэпутацыяй, пачуццём уласнай годнасці, гістарычна выпрацаванымі стандартамі паводзін, а таксама такімі пачуццямі, як спачуванне, справядлівасць, жаласць, павага да законаў, адказнасць перад самім сабой, сям‘ёй, грамадствам і інш. У той час як лагічныя доказы скіраваны на розум адрасата, псіхалагічныя – на яго пачуцці. Узважаная гарманічная камбінацыя абодвух відаў аргументаў у вусным ці пісьмовым тэкстах з улікам сітуацыі іх прымянення, складу аўдыторыі, як правіла, прыводзіць да поспеху выступоўцы (аўтара) тэксту. У рэчышчы абагульненых лагічных і псіхалагічных відаў аргументацыі вылучаецца мноства прыватных тактычных спосабаў, скіраваных на тое, каб створаны аўтарам тэкст (выступленне) быў пераканальным і адпавядаў пастаўленым мэтам і задачам.

Да такіх спосабаў належаць, у прыватнасці, дарэчныя спасылкі на думкі, выказванні агульнапрызнаных аўтарытэтаў па той ці іншай тэме, меркаванні экспертаў, спецыялістаў пэўнай галіны ведаў. Пры гэтым цытаванне класікаў, заслужаных людзей або пераказванне іх думак сваімі словамі павінны быць дакладнымі і аптымальна падыходзіць да палажэнняў, што разглядаюцца ў канкрэтным тэксце, з абавязковай спасылкай, аформленай у адпа-веднасці з правіламі цытавання (аўтар, назва працы, месца і год выдання, старонка). Далёка не заўсёды правамерна нават пры спасылцы на самы высокі аўтарытэт ці на групу кампетэнтных экспертаў па складаных пытаннях рабіць абагульненні тыпу філосафы (матэматыкі, фізікі, сацыёлагі і да т.п.) лічаць, што…, бо звычайна і сярод спецыялістаў назіраюцца супрацьлеглыя ці несупадальныя пункты гледжання па неадназначных пытаннях, праблемах, тэмах. У такіх выпадках мэтазгодна прывесці розныя канцэпцыі, аргументы, што выкарыстоўваюцца аўтарамі для сваёй правамернасці, каб даць можнасць адрасатам або самім паразважаць па прапанаванай тэме і ўсвядоміць усю яе складанасць і магчыма невырашальнасць на дадзены час, або пацвердзіць правільнасць розных падыходаў, таму што яны вядуць да асвятлення канкрэтнай тэмы з розных бакоў і тым самым спрыяюць яе больш аб‘ектыўнаму і аб’ёмнаму аналізу і прадстаўленню.

**Лагічныя і псіхалагічныя довады, спасылкі на аўтарытэт служаць важнымі, але не адзінымі і самымі галоўнымі відамі доказаў і аргументацыі.** Самым сур‘ёзным, вырашальным і пераканальным аргументам у большасці спрэчак або ў выступленнях, пісьмовых тэкстах з’яўляецца эмпірычны матэрыял, факты рэчаіснасці. Як правіла, любая тэорыя, канцэпцыя, пункт гледжання і г.д., што не стасуюцца з фактамі, павінны або карэктавацца, або пераглядацца, або прызнавацца проста неправільнымі. Дарэчная дэманстрацыя факта (рэальнага прадмета, прыкметы, дзеяння) здатны зрабіць непрымальнай думку найбольш дасведчанага мудраца. Успомнім у сувязі з гэтым верш А.Пушкіна:

“Движенья нет, ” – сказал мудрец брадатый ,

Другой смолчал и стал ходить.

Сильнее бы не мог он возразить.

Хвалили все ответ замысловатый.

Факты могуць дапускаць рознабаковую інтэрпрэтацыю, з іх улікам будуюцца несупадальныя ці нават супрацьлеглыя тэорыі, канцэпцыі. У такіх выпадках найбольш доказнай выглядае пазіцыя, дзе выкарыстоўваецца большая колькасць канкрэтных дадзеных, для чаго яны апрацоўваюцца з дапамогай квантытатыўных метадаў. Сярод апошніх выдзяляюцца звычайна колькасныя падлікі (ужываюцца, напрыклад, як вырашальны аргумент пры сацыялагічных апытаннях, галасаваннях, выбарах, рэферэндумах і інш.) і статыстычныя разлікі (прымяняюцца пры апрацоўцы вялікіх масівах дадзеных з дапамогай матэматычных формул для вывядзення правіл, тэндэнцый, заканамернасцяў, што дзейнічаюць у прыродзе, грамадстве і адрозніваюцца па сваёй сутнасці ад лагічных, дэтэрміністычных правіл, заканамернасцяў. Пры лагічным разглядзе праблемы дзейнічае прынцып так / не, пры статыстычным, імавернасным – прынцып больш / менш, дзе першыя члены прыведзеных пар (так, больш) служаць дадатным аргументам на карысць прапанаванага падыходу да вырашэння таго ці іншага пытання.

Самую вялікую колькасць інфармацыі чалавек атрымлівае зрокавым шляхам (каля 80%), а праз усе астатнія органы пачуццяў паступае ў пяць разоў менш атрыманых звестак, ведаў, таму неаыпадкова народная мудрасць цвердзіць, што лепш адзін раз убачыць, чым сто разоў пачуць. Дарэчы, нервы, што вядуць ад вока да мозга ў 25 разоў таўсцей, чым тыя нервы, што вядуць ад вуха да мозга. У сувязі з гэтым эфектыўным сродкам аргументацыі як у вусным выступленні, так і ў пісьмовым тэксце выступаюць разнастайныя наглядныя ілюстрацыі (фотаздымкі, малюнкі, схемы, чарцяжы, графікі, дыяграмы, табліцы, формулы і інш.), якія не толькі дапамагаюць аптымальна выразіць інфармацыю праз осноўны орган (вока) яе ўспрымання чалавекам, але і прадставіць яе адначасова і раскладзенай на часткі (прааналізаванай), сінтэтычна, структурна арганізаванай, у выглядзе аднаго цэлага, дзе выдзяляюцца асноўныя і дапаможныя часткі (дэталі, кампаненты, элементы – малюнкі, схемы; уласцівасці, функцыі – графік, дыяграма; абстрактная сутнасць у выглядзе закона – формула, некаторыя табліцы, напрыклад, Перыядычная табліца хімічных элементаў Дз. Мендзялеева і інш.). Наглядны матэрыял шырока выкарыстоўваец-ца і як дыдактычны сродак, і як аргумент, сродак доказу, здатны істотна паўплываць на адрасата (слухача, чытача, успрымальніка інфармацыі), пераканаць яго ў ісціннасці ці, прынамсі, правамернасці таго, аб чым гаворыць адрасант (аўтар, прамоўца).

Пры адсутнасці прамога доступа да структуры, будовы таго ці іншага аб‘екта вывучэння, напрыклад, мозг чалавека, унутраны, ці семантычны бок мовы, дзейная сістэма пэўнага біялагічнага арганізма і г.д., прымяняецца прынцып доказу яго аптымальнай унутранай будовы шляхам мадэлявання, праз улік знешніх праяў дзейнасці дадзенага аб‘екта. Такі прынцып доказу атрымаў у навуцы найменне чорная скрыня, а уяўленні аб унутранай структуры апошняй залежаць не толькі ад стану, рэгістрацыі, дастасаванасці знешніх праяў у адзінай тэарэтычнай канцэпцыі, у межах якой вызначаецца, прапануецца канструкцыя аб‘екта на пэўны перыяд, але і дакладны ці імавернасны прагноз дзейнасці гэтага аб‘екта пры змене тых ці іншых варункаў яго функцыянавання. У гісторыі чалавецтва, напрыклад, вядомы розныя мадэлі сусвету (у прыватнасці, геацэнтрычная Пталамея і геліацэнтрычная Каперніка), розныя мадэлі атама і г.д. Найбольш доказныя дадзеныя пры гэтым атрымліваюцца або шляхам непасрэднага назірання за функцыянаваннем, дзейнасцю, паводзінамі аб‘екта (арганізма) у натуральных умовах, або шляхам правядзення спецыяльных эксперыментаў, дзе такія ўмовы ствараюцца штучна для больш паскоранага атрымання вынікаў з мэтай распаўсюдзіць іх на натуральныя ўмовы або на іншыя аб‘екты (параўн.: у медыцыне доследы над жывёламі і магчымасць прымянення вынікаў на карысць людзей і інш.)

У некаторых сацыяльных сітуацыях, відах чалавечай дзейнасці адсутнічаюць магчымасці правядзення эксперыментаў, асабліва калі апошнія закранаюць бяспечнасць ці інтарэсы людзей. Напрыклад, чалавека заўсёды цікавіла пытанне паходжання мовы, якая з наяўных ці існаваўшых раней моў з‘яўляецца самай старажытнай, першаснай. Згодна з захаванымі паданнямі індыйскі валадар Акбар праводзіў жудасныя эксперыменты з немаўлятамі, што прадстаўлялі бацькоў з рознымі мовамі для таго, каб даведацца пра зыходную мову людзей. З гэтай мэтай Акбар ізаляваў нованароджаных ад бацькоў, слугам, якія кармілі дзяцей і даглядалі за імі, павыдзіраў языкі, каб не маглі гаварыць і тым самым навучыць дзяцей маўленню, і праз некалькі гадоў зайшоў да падвыпрабавальных даведацца , што яны будуць гаварыць і на якой мове. Зразумела валадар нічога канкрэтнага не пачуў, акрамя нечленападзельных гукаў, што нагадвалі звярыныя.

Эксперыменты згаданага кшталту грамадства ніколі не дазволіць праводзіць ніякім даследчыкам, вучоным, тым не менш пастаўленае пытанне застаецца. У такіх выпадках праводзяцца так званыя разумовыя эксперыменты, калі навукоўцы ўяўляюць сабе тую ці іншую сітуацыю і на аснове свайго досведу, здаровага сэнсу робяць адпаведныя высновы. У прыведзеным выпадку з эксперыментам Акбара можна і без падобнага доследу прамадэліраваць сітуацыю ўяўна, пасля чаго адназначна заключыць, што ізаляванае дзіця не загаворыць ні на якой мове, або загаворыць на той мове, у асяроддзі якой будзе выхоўвацца, г. зн. не абавязкова на мове сваіх бацькоў. Адсюль можна зрабіць выснову, што мова служыць не біялагічным, а грамадскім здабыткам людзей, уяўляе сабой сацыяльную з‘яву.

Даволі шырока выкарыстоўваюцца ў якасці аргумента пры выкладанні тых ці іншых палажэнняў спасылка на прэцэдэнты, тыпу Вось у ЗША, Японіі, краінах Заходняй Еўропы няма калгасаў , і жыхары гэтых рэгіёнаў цалкам забяспечаны сельскагаспадарчай сыравінай, прадуктамі харчавання, таму і нам трэба адмаўляцца ад калгаснага спосабу вядзення сельскай гаспадаркі, якая не задавальняе цалкам нашы патрэбы. Пры падобнай аргументацыі, аднак, неабходна ўлічваць не толькі канечныя вынікі назіранняў, параўнанняў і г.д., але і цэлы комплекс спадарожных фактараў, якія ў дадзеным выпадку ўключаюць ментальныя звычкі людзей, гісторыю, культуру, традыцыі пэўнай краіны, эканамічны і сацыяльны ўклад, што існуе на сённяшні дзень і г.д. Таму прапанова імгненна распусціць калгасы на аснове прыведзенага прэцэдэнта можа прывесці да яшчэ горшага стану сельскай гаспадаркі: праблемы трэба вырашаць з улікам цэлага мноства наяўных чыннікаў і мець на мэце пры гэтым істотнае паляпшэнне спраў у сельскай гаспадарцы.

Эфектыўным можа быць аргумент, пабудаваны на аналогіі. Напрыклад, у старажытнаўсходнеславянскіх пісьмовых тэкстах, што захаваліся да нашага часу , сустракаюцца слова рога, оустатъ ‘губастый‘ , брадатъ ‘барадаты‘ , оуста ‘губы‘ , брада ‘барада‘, але адсутнічае слова, якое ў сучаснай беларускай мове сустракаеццца ў выглядзе барадаты. Для рэканструкцыі, узнаўлення такога слова можна ўжыць метад аналогіі, для чаго будуем элементарную формулу рога: рогатъ = оуста: оустатъ = брада: х, дзе х па аналогіі са словамі рогатъ, оустатъ і выводзіцца як \*брадатъ. Узноўленая словаформа пазначаецца зорачкай, і безумоўна існавала ў старажытнаўсходнеславянскай мове, але з-за таго, што да нас дайшла толькі абмежаваная колькасць старажытных рукапісаў (друкаваных, шматтыражных на той час не існавала, а рукапісы здольны гарэць, знішчацца, выкрадацца і да т.п.), аказалася не зафіксаванай у іх.

За сваю шматвекавую гісторыю народ назапасіў многа досведу, мудрасці, трапных назіранняў, якія выкрышталізаваліся моўнымі сродкамі ў выглядзе фразеалагізмаў, крылатых слоў, афарызмаў, прыказак і прымавак, выслоўяў, што з’яўляюцца не толькі своеасаблівымі самацветамі мовы, яе аздобай, але і згусткам каштоўнага вопыту, выпрабаванага часам. Дарэчнае ўжыванне як у вусных выступленнях, так і ў некаторых пісьмовых тэкстах разнастайных устойлівых выразаў тыпу У чужое проса не сунь носа; Які пан, такі і жупан; Бачыць вока, ды ляжыць далёка; У крыніцу не носяць вадзіцу; Як не стала хлеба, дык і нож не трэба; Нап’ецца, дык з царамі б’ецца, а як праспіцца, дык і курыцы баіцца; Як не грэе дух, дык не сагрэе і кажух і інш. надае звычайна маўленню пэўную доказнасць, прывабнасць, пераканальнасць.

Здатны схіліць на бок прамоўцы, выклікаць сімпатыі слухачоў дасціпныя жарты, лаканічныя і змястоўныя анекдоты, гумарыстычныя асвятленні некаторых ”сур‘ёзных” довадаў, палажэнняў апанента ці праблемы, што разглядаецца ў выступленні, дакладзе, артыкуле. Аргументацыя згаданымі моўнымі сродкамі і жанрамі ўздзейнічае найперш на пачуцці адрасатаў, на іх эстэтычны густ, на іх настрой, што ў цэлым істотна ўплывае на канечную станоўчую ацэнку той ці іншай прамовы , а пры роўным інтэлектуальным змесце, дапусцім, двух выступленняў перавага будзе аддадзена таму з іх, дзе выкарыстана больш аргументаў падобнага псіхалагічнага кшталту.

Спецыфічнай аргументацыяй служыць і характар мэтазгоднасці тых ці іншых палажэнняў, тэзісаў, прапаноў выступлення, наколькі яны ўяўляюць інтарэс менавіта для дадзенай аўдыторыі, для пэўнай групы адрасатаў; якая асабістая выгада, карысць для іх прафесіянальных ведаў, для практычнай дзейнасці прадстаўляюць пэўная думка, меркаванне, выснова канкрэтнага выступлення. У пэўных сітуацыях нават аксіяматычныя палажэнні, якія не адпавядаюць інтарэсам, агульнаму настрою, жаданням слухачоў, могуць успрымацца неадэкватна, а ў асобных выпадках і варожа, адмоўна.

Такім чынам, згаданае прымяненне разнастайных інтэлектуальных і псіхалагічных аргументаў у выступленні аўтара патрабуе ад апошняга не толькі фундаментальных ведаў, але і чуйнага арганічнага кантакту са слухачамі, тонкага адчування настрою аўдыторыі, бо пры яе крытычным стаўленні да тэмы выступлення ці да самога прамоўцы ўсе магчымыя доказы, сцвярджэнні, аргументы стануцца незапатрабаванымі і не ўспрынятымі адрасатам.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Вечер Л. С. Секреты делового общения. Мн., Вышэйшая школа, 1996. 367 с.

2. Антанюк Л.А. Беларуская мовапрафесiйная лексіка: Курс лекцый/ Антанюк Л.А., Плотнiкаў Б.А. – 3-е выданне. – Мн., 2005. –240 с.

3. Асновы культуры маўлення і стылістыкі. Мн., Універсітэцкае, 1992, 255 с.