

УДК 81-1-42

**Аргументалистика в контексте проблем
эффективного речевого общения**

Синельникова Л.Н.

*Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко,
г. Луганск, Украина
larnics@luguniv.edu.ua*

В статье приведены доказательства значимости аргументалистики для организации эффективного общения. Для подтверждения роли аргументации в формировании общего когнитивного пространства субъектов речи автор акцентирует внимание на таких универсальных операциях мышления, как понимание и взаимопонимание. Такие механизмы понимания и взаимопонимания, как: идентификация, проекция, социальная перцепция, эмпатия, инсайт, интуиция, каузальная атрибуция, рефлексия, стереотипизация, обратная связь — лежат в основе аргументирующего дискурса.

Ключевые слова: аргумент, аргументалистика, аргументирующий дискурс, понимание, взаимопонимание, интенциональный метод, аргументативная компетенция.

Аргументы сопровождает все виды коммуникации:

Отсутствие знаний о типах и назначении аргументов, неумение выстраивать аргументативный дискурс отражается на качестве общения любого формата. Практически любой признак эффективного общения: умение убеждать, ставить вопросы и отвечать на них, консолидировать аудиторию, разрешать конфликты и под. — может оказаться действенным только при условии сопровождения адекватными аргументами.

Качество общения определяется уровнем достигнутого понимания и подготовленным аргументатором переходом от понимания к взаимопониманию. Нам представляется важным привлечь внимание к проблеме аргументации и к необходимости формировать аргументативную компетентность через соотнесённость аргументативного дискурса с вступая в общение, человек хочет быть услышанным и понятым, какие бы темы и проблемы он ни обсуждал: житейские в условиях межличностной коммуникации или публичные, рассчитанные на широкий круг общественности. Владение аргументативными навыками входит в число основных профессиональных умений специалистов любого профиля, настроенных на грамотную и целенаправленную организацию речевого взаимодействия с адресатом. С помощью аргументов реализуются коммуникативные стратегии и тактики, обусловленные желанием общающихся обеспечить эффективную речевую деятельность. Эта цель укладывается в программу гуманистического общения, важной чертой которого является совместное выстраивание представлений об обсуждаемых проблемах. Глубина и результат общения в значительной мере определяются знанием как теории аргументации, так и практики уместного применения аргументов. динамичным и сложным когнитивным процессом понимания и взаимопонимания. С этой *проблемой*

согласуются *цель и задачи* представления в настоящей статье теоретического и подтверждающего теорию иллюстративного материала.

Проблемы аргументалистики имеют принципиально междисциплинарный характер. Аргументы изучаются в риторике, психолингвистике, коммуникативной лингвистике, логике, когнитивной эпистемологии, философии языка, психологии мышления, психологии общения, лингвопрагматике, когнитивной психологии, судебной риторике, культурологии, менеджменте, политологии, психотерапии, дискурсологии [7; 11]. Каждая область знания имеет право на интерпретацию феномена аргументирующего дискурса с учётом собственных задач и соответствующих им методик. В объёмном перечне работ, посвящённых проблемам аргументации, представлены исследования, ориентированные на рационалистический и общеметодологический подходы [1; 5; 10; 13; 14\$ 16], на лингвистический и лингвопрагматический анализ [3; 4; 14; 17], в том числе с учётом конкретного вида коммуникации и типа текста [6; 9; 12] и др. При этом наблюдается смешение классификационных критериев, нередко игнорирование принципа историзма, что объясняется длительной историей развития аргументалистики (от античности до наших дней) и несбалансированностью рекомендаций классической риторики и неориторики. В таких условиях есть основания считать, что комплексное описание аргументирующего дискурса относится к числу задач будущего.

Понимание — универсальная операция мышления, связанная с усвоением нового содержания, включением его в систему устоявшихся идей и представлений; когнитивный процесс постижения сказанного, который может быть быстрым и не очень, поверхностным и глубоким, полным и неполным и т.д. [15, с. 296]. К психологическим механизмам понимания относятся: идентификация (установление тождественности неизвестного объекта известному), проекция (бессознательное приписывание субъектом имеющихся у него мыслей другим людям), социальная перцепция (восприятие, оценка и понимание отдельными личностями, группами лиц социальных объектов — себя, других людей, общественно значимых), эмпатия (осознанное сопереживание, пребывание с собеседником в общем эмоциональном пространстве), инсайт (проникновение в суть вещей, озарение), интуиция (постижение истины на основе «чутья», эмпатии и предшествующего жизненного опыта), каузальная атрибуция (установление причинно-следственных связей между событиями, мнениями и т.д.) [2]. *Взаимопонимание* представляет собой ещё более сложный в когнитивном отношении процесс. Его динамика связана с признанием интересов друг друга на основе понимания того, что говорящий и слушающий, оратор и аудитория располагают одними и теми же сведениями о предмете речи и, оценивая положение дел, испытывают похожие чувства. Понимание и взаимопонимание основываются на общих когнитивных процессах, но для достижения взаимопонимания важны такие дополнительные механизмы: рефлексия (осмысление, направленное на самого себя, на своё сознание, свой внутренний мир), стереотипизация (оценка положения дел на основе устойчивого представления о каком-либо явлении), механизмы обратной связи (в коммуникативном процессе — ответная реакция, отзыв, отклик на полученную информацию).

Для достижения понимания необходима апелляция к когнитивной базе собеседника. Понимание требует расшифровки сообщения, когнитивной процедуры присвоения ему правильного значения. Когнитивно-языковой фактор заложен в содержание понятий аргумент, аргументалистика, аргументирующий дискурс.

Аргумент (argumentum) — словесно выраженный ход мысли, представляющий собой разного рода доводы, позволяющие говорящему доказать свою правоту любому количеству участников общения. Наличие аргументов верифицирует общение как таковое. *Аргументалистика* — комплекс взаимосвязанных аргументов,

служащих целенаправленному убеждению адресата желательно с учётом его ожиданий, мотиваций, социальных характеристик и т.д. *Аргументирующий дискурс* представляет собой коммуникативно-речевую процедуру, участниками которой являются аргументатор – человек, который нечто утверждает, обосновывает и берёт на себя ответственность за предъявляемые доказательства, и адресат, на которого выдвигаемые обоснования должны оказать воздействие. Результатом умелого использования аргументов может быть изменение мнения, позиции собеседника или целой группы людей, а вместе с этим создаётся гипотетическая возможность для моделирования их поведения в нужном аргументатору направлении.

Аргумент, особенно в том случае, если он заранее планируется, ориентирован на некий максимальный результат — повлиять на ментальную сферу реципиента. Участие в аргументирующем дискурсе двух сторон не может не усложнять коммуникацию: каждая из сторон ориентируется на свою «картину мира» в понимании и интерпретации обсуждаемого положения дел и может использовать несогласие (расхождение во мнениях) в своих целях. Позиция одной стороны может стать общей и объединить участников коммуникации, но может и создать поле неприятия, конфронтации и даже враждебности. В любом случае умение создавать и поддерживать общий мыслительный и вербальный код, способность к гибкому развитию исходного аргумента нельзя не признать основой успешной коммуникации. Аргументирующий дискурс антропоцентричен по определению. Этот универсальный классификатор требует к традиционному описанию типов аргументов в варианте «что это?» добавить показатели: «для чего?» и «кому выгодно?».

Современная лингвистическая парадигма предоставляет возможность интегрировать разные подходы для постижения сущности сложных феноменов, к числу которых относится аргумент. Выбор аргумента детерминирован когнитивными, психологическими и прагматическими факторами, что позволяет квалифицировать эту функционально нагруженную структуру как интенциональную категорию и, соответственно, применять к анализу аргументирующего дискурса интенциональный метод, «категориальный аппарат которого включает в себя: адресанта и адресата, интенцию, интенциональность, интенциональные категории, коммуникативные стратегии и тактики, декодирование, воздействие (перлокутивный эффект) и коммуникативные неудачи» [9].

Дискурсная интенция определяет специфику любого типа (вида) аргументов. *Рациональные аргументы* основываются на законах логики, фактах, статистических сведениях, результатах социологических опросов и под. В этом типе аргументов действует максима: разум – беспристрастный и безошибочный судья. *Аргумент к науке* входит в число рациональных аргументов и реализуется через обращение к понятиям, известным научному сообществу, то есть к достигнутому и обоснованному знанию. Введение в научное пространство новых знаний требует особой аргументации, в которой традиционное знание может потерять утвердившиеся преференции. В любом случае аргумент к науке должен быть уместным, оправданным, корректным, не наукообразным и совместимым с социальным статусом адресанта и адресата. Отметим факт перехода этого вида аргумента в манипулятивный приём в современных рекламных текстах и политических коммуникациях: *как доказано последними исследованиями, как показал опрос, среди специалистов распространено мнение – кем доказано, каково содержание опроса среди каких специалистов?*

Аргумент к традиции обладает культурологической ценностью: он соединяет эпохи, временные срезы и предписывает модели поведения на основании предшествующего опыта успешной деятельности. Этот вид аргументации характерен, с одной стороны, для обществ с жёсткой структурой, идеология которых строится на принципе: правильным считается устоявшееся, многократно повторяемое, с

другой, имея универсальный ценностный характер, сохраняет значимость и в демократическом обществе.

Аргумент к авторитету – источник истины и источник предрассудков. Этот тип аргумента проявляется, как правило, в форме цитаты. Цитата усиливает выдвигаемое положение только в том случае, если источник авторитетен не только для говорящего, но и для слушающего. Мастерство аргументатора состоит в искусстве интерпретации цитаты, в умении создать общую с адресатом акцентуализацию смысла, носителем которого является цитата.

Иррациональные аргументы как доводы к человеку, его чувствам, желаниям и интересам представляют собой наиболее сложный и ответственный вид аргументов, требующей психологической подготовки аргументатора. Эмоционально-оценочная лексика, которая сопровождает такие аргументы, используется для тонкой «обработки» информации и информируемых в нужном направлении, что определяет активность иррациональных аргументов в современных PR-текстах, в рекламе, в политических коммуникациях (особенно формата информационной войны).

Аргумент к интуиции проявляет желание обозначить истину без доказательств. В реальной практике интуитивная аргументация сопровождается «нежесткими» доказательствами, которые могут устроить собеседника, настроенного на доверительные отношения с аргументатором. Интуиция противопоставляется дискурсивному мышлению, поскольку интуиция – это симульганное (мгновенное, целостное нерасчленённое) познание, в то время как дискурсивное мышление имеет сукцессивный характер (последовательный, поэтапный, растянутый во времени), опирающийся на разные аргументы, необходимость которых возникает по ходу общения. Естественно, что интуиция специалиста превосходит интуицию дилетанта, и аудитория всегда может почувствовать такого рода отличия.

Аргумент к здравому смыслу основывается на максиме: противоречащее здравому смыслу не может быть правильным. Здравый смысл – присущее человеку чувство истины и справедливости, приобретаемое с жизненным опытом. Этот аргумент ценится, если направлен на конкретную ситуацию, связан с социально актуализированными чувствами и способен гармонизировать отношения с адресатом, сглаживать крайности. Здравый смысл опирается на анализ прошлых событий, но при уместном и разумном использовании может быть значимым для настоящего времени и проецироваться в будущее.

Когнитивный и прагматический подход к языку обеспечивает методологическую целостность понимания аргументалистики как совокупности процедур воздействия на модели мира адресата [6]. Воздействовать на взгляды, мнение и поведение людей могут разные виды аргументов. Убеждение более прочно, если 1) рациональные и эмоциональные аргументы находятся в согласии и 2) говорящий усвоил основные принципы аргументации: принцип доверия — выбираются те аргументы, которые удовлетворяют условиям уместности, искренности в конкретной ситуации общения; принцип простоты и привычности — более действенны объяснения без излишеств; принцип универсальности — приложимость выдвинутого положения как можно к более широкому классу явлений; принцип красоты — внимание к эстетическому впечатлению, производимому ясностью и стройностью аргументов. Понятие «убедить другого» в классической риторике никогда не связывалось с давлением на собеседника. Оратору рекомендовалось стремиться к консенсусу, на основе которого можно было рассчитывать на принятие аудиторией большинства предлагаемых позиций.

Всё, что необходимо для обоснования позиции, должно быть вербально представлено: понимание, о котором шла речь выше, это понимание прежде всего речи, семантики применяемых языковых единиц, их комбинаторики, а также ряда

текстовых категорий, таких как композиция, повторы, риторико-стилистические приёмы, являющиеся проводниками из мира текста в мир подтекста. Аргументирование основывается на нормативно-креативном употреблении языка. Разница в «картинах мира» — разница в тезаурусах и в речевом оформлении аргументации. Эффект аргументации в значительной степени определяется возможностями говорящего как языковой личности. Ю.Н. Караулов справедливо считает фиксируемый в тексте способ аргументации характеризующим признаком языковой личности [8, с. 245].

Условием воздействия аргумента является соответствие ожиданиям адресата, которое, в свою очередь, может определяться социальным и культурным статусом последнего. Такого рода условие требует внимания к выбору типа аргумента и – что особенно важно – к выбору адекватных «концепции аргумента» языковых средств и риторических приёмов. Современная теория аргументации нацеливает на описание персуазивных возможностей аргументов, и неориторика типологизирует аргументы в их интенциональных характеристиках, то есть таких, которые направлены на убеждение адресата. Теория аргументации, сопоставляясь с категорией истинности, делает крен в сторону уместности и целесообразности именно в связи с фактором адресата: происходит (должно произойти) движение от статических описаний типов аргументов к их дискурсной интерпретации.

Установка на выявление дискурсной интенции, на наш взгляд, должна лежать в основе практических учебных действий, ориентированных на формирование аргументативной компетентности как значимой части зонтичной коммуникативной компетентности. Пониманию типов и назначению аргументов могут способствовать разнообразные задания, позволяющие, к тому же, совместить обучение и воспитание.

Задания по формированию аргументативной компетентности могут использоваться в разных учебных курсах с учётом характерных для них проблемных ситуаций. Задание: Подобрать аргументы к тезисам (например, тезисы: *Особая искренность во взаимоотношениях всё ещё характерна для нас, несмотря на перемены в нашей жизни* — здесь уместен аргумент к вечным ценностям и к этике «внутреннего» человека; *Как часто и как напрасно люди шли за зовущими* — возможны аргументы к истории в сопоставлении с фактами сегодняшнего дня). Исходным дидактическим материалом для формирования способности аргументировать может стать любое культурно значимое событие. Например, 20 марта – всемирный день планетарного сознания. Задание: Подготовить небольшое публичное выступление по этому поводу на основании основного тезиса и нескольких субтезисов. Наиболее полноценно аргументативные умения формируются и проявляются в полемике. И здесь возможен широкий круг заданий: Подобрать несколько аргументов (или контраргументов) к тезису: *Национальная идея невозможна без опоры на интеллигенцию*. С ориентацией на проектную деятельность можно инициировать подготовку сценария дискуссии на тему «*О вкусах не спорят. Или спорят?*» (такая тема естественным образом потребует привлечения множества разных аргументов — к традиции, к авторитету и т.д.).

Согласие/несогласие — основной когнитивный признак аргументирующего дискурса, доминирующей интенцией которого является достижение взаимопонимания. Опираясь на этот признак, можно инициировать аргументативную активность. Например: Согласны ли вы советом Алёны Гель (известного специалиста по вопросам этики и этикета): *Если человек хочет подниматься по служебной лестнице и в общественном мнении, — он должен искать учителей*.

Человек всегда погружён в конкретную жизненную ситуацию. Особая потребность в аргументации возникает в жизненных ситуациях проблемного характера. В формате деловой игры можно обсудить возможности альтернативного выбора аргументов. С *прошлой работы меня уволили. Что я должен отвечать на собеседовании, если меня спросят о причине ухода с работы?* Варианты: отвечать нужно а) честно, б) идти на

обман — аргумент аксиологической модальности (честность – это хорошо, ложь в любой момент может быть разоблачена, и вполне возможно, что новый начальник перезвонит бывшему, чтобы навести справки о профессионализме и человеческих качествах соискателя).

Знание техник аргументации – путь к принятию ответственных решений. «Всегда есть причина, почему другой человек думает и поступает именно так, а не иначе. Выявите эту скрытую причину, и у вас будет ключ к его действиям, а возможно, к его личности» — такова непреходяще ценная рекомендация Дейла Карнеги.

Содержание понятия «аргументативная компетентность» мы основываем на понимании аргументации как интенциональной категории. Аргументативная компетентность — это способность использовать классические знания о типах аргументов, об их соотношении с законами логики, максимально согласовывая выбор аргументов с конкретными условиями общения и с «фактором адресата».

Любое знание существует в языковом оформлении. Знание, касающееся теории аргументов и практики их применения, не составляет исключения. Оптимальный путь формирования заргументативной компетентности – *тезаурусный подход* в двух его основных вариантах: в анализе примеров употребления аргументов в разных типах текстов и в моделировании коммуникативных ситуаций, в которых аргумент, представленный в оптимальном языковом оформлении, может свидетельствовать об уровне знания проблем аргументалистики.

Аргументативная компетентность проявляет культуру мышления и общения. Искусство аргументации обнаруживается в мастерстве убеждения как мастерстве ведения диалога — контактного или дистантного. Решающее значение могут иметь «мелочи»: неудачное слово, непродуманная интонация, не точно расставленные паузы и многое другое. Профессиональный аргументатор должен проявлять внимание к собственной речи, к адекватному коммуникативному поведению, владеть приёмами и правилами бесконфликтного общения с различными группами собеседников в разных ситуациях — в этом важное для современного общества гуманистическое назначение аргументации.

Список литературы

1. Алексеев А. П. Аргументация. Познание. Общение / А. П. Алексеев. — М. : Изд-во МГУ, 1991. — 150 с.
2. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Словарь конфликтолога — Спб.: Питер, 2009. — 526 с.
3. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход) : автореф. дисс. на соискание уч. степени д-ра фил. наук : спец. 10.02.01., 10.02.19 «Теория языкознания» / А. Н. Баранов. — М., 1990. — 48 с.
4. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова. — Киев : Астрей, 1997. — 311 с.
5. Герасимова И. А., Новосёлов М. М. Аргументация как методология убеждения / И. А. Герасимова, М. М. Новосёлов // Вопросы философии. — 2003. — № 10. — С. 72-84.
6. Гудкова К. В. Когнитивно-прагматический анализ аргументации в аналитической газетной статье : дисс. на соискание уч. степени канд. фил. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / К. В. Гудкова. — Спб., 2009. — 184 с.
7. Ивин А. А. Логика для журналистов / А. А. Ивин. - М. : АспектПресс, 2002. — 138 с.
8. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М. : Наука, 1987. — 263 с.

9. Клушина Н. И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме / Н. И. Клушина // Медиаскоп. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. — 2012 — Вып. 4.
10. Курбатов В. И. Социально-политическая аргументация (Логико-методологический анализ) / В. И. Курбатов. — Ростов н/Д. : Изд-во Рост. ун-та, 1991. — 144 с.
11. Москвин В. П. Аргументативная риторика. Теоретический курс для филологов / В. П. Москвин. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 637 с.
12. Мысль и искусство аргументации. - М.: Прогресс : Традиция, 2003. — 396 с.
13. Романов А.А., Хадырев А.А. Управленческая риторика / А. А. Романов, А. А. Ходыров. - М. : Лилия, 2001. — 216 с.
14. Рузавин Г. И. Методологические проблемы аргументации / Г. И. Рузавин. — М. : Изд-во Ин-та философии РАН, 1997. — 202 с.
15. Современный психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. — Спб.: Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2006. — 490 с.
16. Тимофеев А. И. Аргументация: теория и практика / А. И. Тимофеев. — Спб. : СПбГУАП, 2005. — 80 с.
17. Фанян Н. Ю. Аргументация как лингвопрагматическая структура : автореф. дисс. на соискание уч. степени д-ра фил. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолингвистика, психоллингвистика» / Н. Ю. Фанян. — Краснодар, 2000. — 49 с.

Синельнікова Л.М. Аргументалістика в контексті проблем ефективного мовного спілкування // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2014. – Т. 27 (66). № 1. Ч.1 – С.279-286

У статті наведено докази значущості аргументалістики для організації ефективного спілкування. Для підтвердження ролі аргументації у формуванні загального когнітивного простору суб'єктів мовлення автор акцентує увагу на таких універсальних операціях мислення, як розуміння і взаєморозуміння. Такі механізми розуміння і взаєморозуміння, як: ідентифікація, проєкція, соціальна перцепція, емпатія, інсайт, інтуїція, каузальна атрибуція, рефлексія, стереотипізація, зворотній зв'язок — лежать в основі аргументуючого дискурсу.

Ключові слова: аргумент, аргументалістика, аргументуючий дискурс, розуміння, взаєморозуміння, інтенціональний метод, аргументативна компетенція.

Sinelnikova L.N. Argumentalistics in the context of the problems of effective speech communication // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2014. – Vol. 27 (66). No 1.1 – P.279-286

The article gives the evidence of the importance of argumentalistics (a set of arguments, the main purpose of which is persuading the recipient including their motivation and expectations) in organising effective communication in both interpersonal and public spheres. In order to confirm the role of argumentation in forming the common cognitive space of speech subjects, the author emphasises such universal thinking operations as understanding and mutual understanding. Such mechanisms of understanding and mutual understanding as identification, projection, social perception, empathy, insight, intuition, causal attribution, reflexion, stereotyping, feedback are the basis of the reasoning discourse. The argument choice is determined by cognitive, psychological, non-pragmatic factors, which allows to consider argumentalistics as an intentional category and, accordingly, use the intentional method, which is based on revealing multidimensional addresser-recipient relations, in order to analyse the reasoning discourse. The intention defines the

specificity of any kind of arguments: the rational ones, based on the laws of logics, and the irrational ones, directed towards the feelings, wishes and interests of a person. Based on the intentional method, one can form an argumentative competence as an ability to build an effective reasoning discourse.

Key words: *argument, argumentalistics, reasoning discourse, understanding, mutual understanding, intentional method, argumentative competence.*

Поступила в редакцию 10.05.2014 г.