

**НАПИСАНИЕ на
ЗАКАЗ:**

1. Дипломы,
курсовые, рефераты,
чертежи...
2. Диссертации и
научные работы
3. Школьные задания

Онлайн-консультации
ЛЮБАЯ тематика, в
том числе ТЕХНИКА
Приглашаем
авторов

УЧЕБНИКИ,
ДИПЛОМЫ,
ДИССЕРТАЦИИ -
На сайте электронной
библиотеки
www.учебники.информ2000.pф

Виктор Назаришин

ВЛАСТЬ УБЕЖДЕНИЯ

*«Чем незаметнее и тоньше метод
убедительного воздействия,
тем он эффективней и действенней».*



**Запорожье
«Провіта»
2014**

Вернуться в библиотеку учебников

**УДК 159.98
ББК Ю.953
Н 191**

Материалы по деловым коммуникациям:

- для самообразования топ-менеджеров;**
- для повышения квалификации преподавателей;**
- для рефератов и контрольных.**

Виктор Назаришин

Н 191 Власть убеждения, - Запорожье: «Провіта», 2014. – 194 с.

ISBN 978-966-653-371-8

В книге раскрываются основные механизмы влияния на убеждения людей, которые являются неотъемлемой составляющей межличностного общения и переговорного процесса. Рассмотренные техники зачастую используют в качестве инструмента влияния на мнения людей через средства массовой информации.

В книге представлены тренинговые упражнения и задания, которые вам позволят, при желании, овладеть соответствующими техниками убеждения и влияния.

Данный труд актуален для всех, кому интересна данная тематика.

Собственный сайт-визитка - начало бизнеса в Интернете

Рерайт дипломных работ

Дистанционные курсы по созданию эффективных сайтов

Вернуться в каталог учебников

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
Раздел 1. Композиция речи	8
1.1. Что убедительнее, содержание или стиль изложения?	8
1.2. Постановка цели	11
1.3. Композиция речи	13
1.4. Особенности убеждения людей	14
1.5. Методы привлечения и удерживания внимания	20
1.6. Дополнительные методы привлечения и удерживания внимания	32
1.7. Структура вступления	37
1.8. Структура заключительной части выступления	39
1.9. «Табу» - чего делать не стоит	43
Раздел 2. Основная часть композиции речи и аргументация	47
2.1. Цель основной части композиции речи	48
2.2. Методы изложения материала в основной части выступления	48
2.3. Техника убеждения №1. Начинать с малого и строить постепенно	57
2.4. Техника убеждения №2. «Требование, затем отказ и отступление»	59
2.5. Принцип экономии	60
2.6. Картина агитационной речи	61
2.7. Методы «психологической аргументации».	63
Пирамида потребностей А. Маслоу.	
2.8. Мотивация достижения и мотивация избегания	66
2.9. Картина убеждения собеседника	67
2.10. «Психологические уловки»	73
2.11. Правило Гёте	79
Упражнения для самостоятельной работы	82

Раздел 3. Спор и дебаты	85
3.1. Характерные черты споров	86
3.2. Особенности дебатов	87
3.3. Составные части доказательства	88
3.4. Факторы, влияющие на изменение убеждений человека	90
3.5. Методы убеждения (доказательства и внушения)	94
3.6. Как можно успешно защищаться в споре и дебатах?	111
3.7. Методы опровержения доводов	115
Упражнения для самостоятельной работы	123
Раздел 4. Секреты эффективного общения	124
4.1. Единица социального действия (процесс общения)	124
4.2. Виды речевой деятельности и важность слушания	125
4.3. Отождествление, эмпатия и рефлексия	127
4.4. Элементы социального взаимодействия. (Факторы, которые влияют на установление контакта между людьми)	128
4.5. Приемы доминирования в общении	131
4.6. Виды и приемы эффективного слушания	133
4.7. Классификация вопросов	135
Упражнения для самостоятельной работы	143
Раздел 5. Подготовка к выступлению и предвидение сложных ситуаций	145
5.1. «Подготовка к выступлению»	145
5.2. «Сложные ситуации и ответы на вопросы»	146
Упражнения для самостоятельной работы	151
Раздел 6. Виды влияния. Манипуляции в речи	152
6.1. Аргументация	152
6.2. Внушение (убеждение, программирование)	152
6.3. Заражение	153
6.4. Подражание	154
6.5. Психологическое давление	154
6.6. Палочные методы (угрозы и шантаж)	156
6.7. Психологическое нападение	157
6.8. Психологическое раскачивание	158
6.9. Манипуляция	158
6.10. Двусмысленности и игра слов	158
Раздел 7. Классификация манипуляций	160
7.1. Определение понятия «манипуляция» и ее уровни	160
7.2. Классификация манипуляций	162
7.3. Формы влияния манипуляций	163

Раздел 8. Нейтрализация манипуляций	166
8.1. Типичные ошибки при цивилизованной защите от манипуляций	166
8.2. Схема нейтрализации манипуляций	167
8.3. Способы психологической самообороны (ответы на манипулирование)	169
8.4. Типы манипуляций и способы защиты от них	171
8.5. Способы ответа на манипулирование	174
8.6. Виды стресса	181
Раздел 9. Противодействия при оскорблении личности	184
9.1. Бумеранг - переадресация	185
9.2. Бумеранг - переадресация третьему лицу, не участвующему в споре	186
9.3. Бумеранг - соглашение	186
9.4. Бумеранг - разграничение	187
9.5. Бумеранг - терапевтическое средство	187
9.6. Бумеранг - четко адресованный, оценочный встречный вопрос	187
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	189
ПОСЛЕСЛОВИЕ	192

Условные обозначения:



- *Практическое упражнение.*

ВВЕДЕНИЕ

Ключом к успеху является то, как то, что вы думаете, так и то, что вы говорите. Внутренний мир человека проявляется через многообразие речевой деятельности. Искусство убеждения является необходимым инструментом в профессиональной деятельности и личной жизни каждого. Изучение приемов, приведенных в книге, способствует развитию критичного и управленческого мышления человека, которое помогает не верить слепо информации, которая поступает извне. Кроме того, эта работа ориентирована на развитие находчивости, которая позволяет в любой жизненной ситуации находить, что сказать, а также на то, чтобы для слушателя ваша речь была понятной, запоминающейся и убедительной. Знания в области убеждения помогут противостоять попыткам собеседника вами манипулировать, если последнее ущемляет ваши интересы, и мириться с этим в данный момент вы не желаете. Уверены, что при необходимости, вы и сами сможете применить эту технологию убеждения. Умение эффективно отстаивать свою точку зрения, навык критичного мышления и убедительного речевого воздействия на слушателя, теперь станут вашим новым ресурсом.

Важная составляющая пособия - коммуникативные технологии ведения переговоров. Именно переговоры составляют значительную часть взаимодействий почти во всех социальных группах и организациях. В современных организациях, когда членам команд приходится работать совместно с коллегами, по отношению к которым они не располагают какими-либо властными полномочиями, мастерство ведения переговоров становится особенно важным.

Открыв эту книгу, вы оказываетесь на тренинге. Каждый раздел является отдельным практическим занятием. При составлении книги были учтены те элементы классической риторики античности, которые не утратили актуальность в наше время, новейшие достижения науки в соответствующих областях знаний, а также, некоторые авторские разработки. Технологии, которые лежат в основе данной книги и наших тренингов, интегрируют в себе усовершенствованные образовательные методики в области коммуникаций, ораторского искусства и психологии социального влияния. Уникальные творческие ситуации и технологии направлены на развитие универсальных коммуникативных навыков, которые позволяют повысить уровень

речевой компетентности человека. Именно сформированная речевая компетентность обеспечивает совершенное владение и использование разнообразных способов и методов воздействия на партнера, адекватность восприятия и понимания собеседника, а также налаживание эффективного взаимодействия в процессе общения. Мастер слова знает о существующих стереотипах взаимодействия и умеет пользоваться данными знаниями в соответствии с жизненными ситуациями. Подобные знания и умения человека являются составляющими его личной эффективности и успешности, поэтому вряд ли они будут лишними для каждого.

Основные подходы и техники, изложенные здесь, прошли апробацию во время проведения тренинговых программ и мастер-классов.

Хотите эффективно общаться? Начните уже сегодня применять материал из этой книги в своей жизни.

С уважением,

Виктор Назаришин,

директор консультационно-тренингового центра «Виват»

www.vivatvn.com, бизнес-тренер, специалист по речевым технологиям и невербальному общению.

Раздел 1. КОМПОЗИЦИЯ РЕЧИ

Иоганн Вольфганг фон Гёте очень точно подметил: «Если я первую пуговицу застегну неправильно, то и все остальные буду застегивать неправильно».

Перечень рассматриваемых вопросов:

- 1.1. Что убедительнее, содержание или стиль изложения?
- 1.2. Постановка цели.
- 1.3. Композиция речи.
- 1.4. Особенности убеждения людей
- 1.5. Методы привлечения и удерживания внимания.
- 1.6. Дополнительные методы привлечения и удержания внимания слушателей.

Анализ речи супруги царя Леонида. Демонстрация предупреждения предвзятого отношения». (Кинофильм «300 спартанцев» Время 01.25.40 – 01.27.25)

Оправдательная речь подполковника Слэйта (Аль Пачино) произнесенную на школьном совете. Фильм «Запах женщины». Время: 02.14.35 – 01.19.45.

1.7. Структура вступления.
Выступление Юлии Тимошенко на майдане по случаю годовщины "оранжевой" революции.

1.8. Структура заключительной части выступления.
«Улучшение агитационной речи сенатора «о необходимости отозвать легионы и направить их против армии Спартака». (Диск «коллекционное издание 30, фильм «Спартак». Время 0.55.32)

1.10. «Табу» - чего делать не стоит.
Дискуссия. Тема: «Платным, или бесплатным должно быть обучение в ВУЗе?».

Способы «искусного общения».
Упражнения для самостоятельной работы.

1.1. Что убедительнее, содержание или стиль изложения?

Долгое время специалисты задаются таким вопросом: «От чего в большей степени зависит убедительность речи, от ее

содержания (от того, «что» говорить), или от стиля изложения? (от того, «как» говорить). Так, некоторые «великие» ораторы категорично заявляют, что убедительность речи зависит:

- на 70 % от манеры изложения (уверенности и искусности преподнесения материала, обращение к чувствам слушателя), и
- на 30 % от содержания речи (силы аргументов, обращенных к логике слушателей).

Предлагаю поразмыслить над этой информацией. Попробуйте, например, красноречиво защитить диссертацию перед профессорским составом, не уделив должного внимания содержанию вашей речи. Вряд ли это произведет должное впечатление на «профессуру». Получится ли у вас убедить многоуважаемую комиссию и защитить диссертацию? Скорее нет, чем да. Правда ведь?

Таким образом, чем выше умственный уровень слушателей, тем более они будут полагаться на разумные доводы, т. е. на свою логику. При этом нужно учитывать и то, что чем в большей степени содержание речи затрагивает наши интересы, тем вероятнее мы обращаемся к своей логике. В соответствии с этими психологическими принципами можно сделать вывод, что **для того, чтобы пропаганда была эффективна необходимо выбрать «недалекую» аудиторию (с низким уровнем интеллекта) и насытить пропаганду информацией о том, что для слушателей выгодно именно то решение, к которому вы хотите ее подвести.** Напомним, что Адольф Гитлер был центральной фигурой именно национал-социалистической рабочей партии. Распространение влияния любого диктатора при власти ориентировано в первую очередь на простой люд и сопровождается репрессиями по отношению к «думающей» интеллигенции. «Нечего мол им думать, мы будем за них думать!»

Иные же специалисты, категорично утверждают обратное - убедительность речи зависит на:

- 30 % от манеры преподнесения материала, и на
- 70 % от его логичности и силы аргументов.

Для понимания этой точки зрения можно привести пример, отстаивающий противоположное. Люди зачастую с большей охотой верят знакомым им людям, или просто приятному им собеседнику, чем авторитетному профессору, сухо излагающему

свои логические доводы. **Доподлинно известно что, чем в меньшей степени содержание речи затрагивает собственные интересы человека, тем легче он принимает решение под влиянием аргументов, обращенных к эмоциям.** В этом случае, добиваться своего агитатору помогает не суть того, что вы говорите, а то, как вы это преподнесите! Когда на лицо недостаток убедительных фактов, для повышения эффективности речи искусный агитатор выбирает ее приукрашивание с помощью слов вызывающих необходимые эмоции. Как правило, в таком случае, соотношение между преподнесенной информацией и ее «разжевыванием» будет явно в пользу последнего. Если в передаче новостей вы наблюдаете не предоставление фактов, а их тщательный анализ, который делают за вас, тем самым, забирая у вас возможность думать самому – смело переключайте канал! Если так делают все каналы страны, не оставляя вам выбора думать и принимать решения самостоятельно – беда! В таком случае стоит анализировать информацию из разных источников находящихся вне страны. Хотя, если ситуация запущена настолько, вам можно только посочувствовать, так как собеседников с которыми мы могли бы без страха обсудить свои мысли и переживания становиться все меньше и меньше, вы живете в тоталитарной стране.

С полной уверенностью можем сказать, что убедительность речи зависит как от ее содержания, так и от того, как мы произнесем эту речь. Эти обе составляющие мы детально рассмотрим на протяжении этой книги.

В целом можно сказать, что зачастую категоричность опасна! В нашей жизни категоричность часто приводит к конфликтам и конфронтации. Это оружие, которое зачастую обращается против того, кто сыпет подобными безапелляционными доводами («70% ... зависит от ...» и т. п.). Существуют, конечно, исключения из этого правила, как впрочем и из любого правила. Например, исключением из вышеприведенной мысли о категоричности является авторитарный стиль управления, когда у человека и в мыслях не может быть других вариантов происходящего кроме беспрекословного подчинения говорящему.

В процессе изучения механизмов убеждения мы сначала рассмотрим то, что необходимо говорить, т. е. уделим внимание логичности и аргументации, а потом будем приукрашивать речь и анализировать то, как стоит говорить.

Следующую фразу «Не стоит говорить, пока мы не определились с тем, зачем нам нужно говорить» предлагаю воспринять как аксиому. Самое главное и первоочередное – это наша цель.

1.2. Постановка цели

Речь без цели – это путаница. А оратор, видящий перед собой цель, приобретает необычайное красноречие.

Приведем примеры из педагогической практики. Школа. Первый учитель только что закончил ВУЗ. Его ждет первый в жизни урок. Готовясь к нему, он думает только о том, чтобы рассказать материал полностью и при этом ничего не забыть. Его цель состоит в донесении информации так, чтобы все ученики не перебивали его и внимательно все выслушали.

Второй учитель работает не первый год. Он уже не так волнуется перед аудиторией, как на своем первом уроке. К занятию он готов хорошо. Своей основной задачей он считает преподнесение материала так, чтобы все ученики поняли его. Он приводит примеры, разъясняет, повторяет.

Третий - учитель высшей категории. Всю его деятельность пронизывает цель – рассказать материал урока так, чтобы все ученики не только разобрались в материале, но и заинтересовались предметом. Его целью является не только обучение, он стремится привить любовь к своему предмету.

Теперь вопрос: «Как вы думаете, ученики какого учителя, приобретают на уроках больше знаний? Чьи ученики с большим желанием выполняют домашние задания и будут более активны на уроках? И наконец, ученики, какого из этих учителей (при одинаковых способностях учеников) лучше себя проявят на олимпиадах?». Людей, которые добились много в жизни многого, объединяет намерение, которое пронизывает все их действия, речи в том числе.

Авраам Линкольн говорил: *«Люди терпят неудачи не из-за недостатка способностей, а из-за отсутствия целей в жизни».*

Цель должна отражать в себе совершенное действие (убедить аудиторию в том..., сделать доклад так, чтобы каждый понял суть моих слов, убедить и заставить их сделать..., а не просто рассказать, чтобы меня выслушали). Помните, как лодку назовёшь, так она и поплывет! Для того, чтобы в последствии можно было откорректировать цель, лучше ее записать на бумаге.

Поставив цель и записав ее на бумаге, мы начинаем действовать в соответствии с тем, что записано.

Рассказав о чем либо, вы переводите свои мысли (мнение) в разряд убеждений. В силу принципа последовательности, чем чаще вы отстаиваете определенную точку зрения, тем больше убеждаете себя в ее правоте. Убеждай и ты будешь убежден. Мы все стараемся быть последовательными и предсказуемыми, поэтому ведем себя в соответствии со сказанным или написанным собственноручно. Цель поставили, продумали положительный вариант развития ситуации, визуализировали успех и сразу принимайтесь за соответствующие действия по достижению результата. При этом не стоит бояться сложностей. Не преодолев преграды на пути к достижению цели, мы не будем ценить полученный результат. Тому явные подтверждения ритуалы посвящения в братства при колледжах, испытания для новичков в армии,... Это формирует совместный дух и сильное чувство сплоченности и солидарности в социальной группе. [41]



Упражнение. **«Поставьте цель».** Сформулируйте цель чтения данной книги: _____

Сформулировав цель, мы имеем ту отправную точку, от которой и начнем свое движение. Потом уже мы выбираем тему выступления (возможно, она заранее известна). Определившись с темой, необходимо продумать план действий. Это желательно даже в том случае, если времени на подготовку речи нет и произносить ее вы будете экспромтом. Составляя план, необходимо учесть определённые психологические законы

восприятия слушателями новой информации. Для этого познакомимся с композицией речи.

1.3. Композиция речи

Композиция – это строение речи, то есть взаимное расположение условных частей, из которых состоит выступление.

Композиция речи

1. Вступление

1.1. Зачин (первые фразы). «Методы привлечения и удержания внимания (изюминки речи)».

1.2. Изложение цели.

1.3. Пояснение.

1.4. Рассмотрение основных разделов темы выступления.

Цель вступления: подготовить слушателей к восприятию слов выступающего (во-первых - привлечь внимание, во-вторых – расположить аудиторию к выступающему и наконец, оно должно давать аудитории основания, чтобы выслушать оратора, т. е. пояснить цель речи оратора).

2. Основная часть.

2.1. Аргумент №1 (пример №1, вопрос №1, ...)

- исторический метод (повествование)

- географический метод (описание)

- индуктивный метод (от частных случаев к общему).

- дедуктивный метод (от общих положений к конкретному)

- метод аналогий (сравнения)

- ступенчатый метод

- факт и его последствия (применение)

- тематический метод

- зло и его преодоление

- рассуждение (размышление)

Цель основной части: изложить основной материал выступления последовательно, интересно, не отклоняясь от темы выступления. Доступно разъяснить выдвинутые положения, доказать их правильность, сагитировать.

3. Заключение.

- 3.1. Повторение
- 3.2. Иллюстрация
- 3.3. Конец связать с началом
- 3.4. Лозунг, призыв к действию
- 3.5. «Благодарю за внимание».

Перед нами три классические части речи: вступление, основная часть и заключение. Структура публичного выступления, состоящая из трех частей, является наиболее распространенной. Наверное, поэтому она лучше всего воспринимается слушателями. Как и всё в живой природе, она имеет своё начало, продолжительность и конец. О чем же и в какой части речи нужно говорить? Для того чтобы ответить на этот вопрос, необходимо знать психологические законы восприятия информации, ее подачи и речевого оформления вашей речи. Далее мы подробно рассмотрим те моменты, которые знают и учитывают в своих речах профессиональные агитаторы и пропагандисты. Кому бы не принадлежала речь, Гитлеру или Демосфену, Путину или Киселеву, вы сможете найти там подтверждение этих слов. Это совсем не значит, что все власть имущие в этом мире знают все тонкости психологического влияния на аудиторию, просто речи им пишут специалисты в соответствующих областях.

1.4. Особенности убеждения людей

Пока отбросим в сторону психологическое давление на человека, которое приводит только к временному подчинению нашим желаниям. Если же мы хотим чтобы человек взял на себя обязательство, мы должны сделать так, чтобы человек принял на себя внутреннюю ответственность за свои слова или поступки, а происходит это при отсутствии сильного внешнего давления (угроз и т. п.) Между вынужденной уступкой и долговременным обязательством существует огромная разница. Как писал английский писатель Сэмюел Батлер «О чем же мыслит тот, кто против воли принужден, все той же думе, старой думе верен он». [41] Хотя, имеет место такой психологический эффект «если

человека вынудили что-то делать постоянно, то ему приходится находить аргументы для оправдания своих поступков и со временем он сам себя, так или иначе, убеждает в правдивости своих действий». Время необходимое для этого, зависит от такого фактора как сила воли человека, который вынужден подчиняться по чьей-либо воле.

Внимательность слушания и вероятность того, что мы изменим свое мнение после услышанного и/или предпримем какое-либо действие, зависит от личности говорящего. К мнению симпатичных и приятных нам людей мы прислушиваемся с большей легкостью. Поэтому, очень важно, вначале беседы добиться благоприятного расположения к себе аудитории (собеседника). Вот почему огромное значение имеет *первое впечатление*, которое вы произведете. Расположение появится, если мы будем говорить о том, что знает аудитория, о том, в чем она убеждена, о том, что ее интересует. Общаться при этом нужно на понятном слушателям языке, без хвастовства и напыщенности.

Тон, заданный в начале общения имеет решающее значение для достижения результатов. Как же задать правильный тон? Создайте доброжелательную обстановку. Начните с небольшой дружеской беседы, с того, что вас объединяет, с общих моментов. Проявляйте уважение, покажите готовность учитывать точку зрения собеседника.



Упражнение «Общие интересные темы для разговора».

Выберите из списка своих друзей (знакомых/коллег) троих людей и выпишите для каждого из них по две общих темы для разговора, интересных вам обоим.

: _____
: _____
: _____



Упражнение «То, с чем согласны».

Выберите из списка своих друзей (знакомых/коллег) троих людей и выпишите для каждого из них по одному утверждению, с которым они согласны.

Предлагаем разобраться, как происходит процесс принятия решений. Подобно всему в природе человеческий интеллект стремится к самосохранению. У каждого человека есть своя собственная система взглядов, свое мировоззрение, свой жизненный опыт. [28, стр. 16] И любая попытка извне внести изменения в наш внутренний мир натывается на сопротивление в виде критичных мыслей. Эти мысли направлены на восстановление первоначального состояния. Мы или отрицаем новую информацию, не согласующуюся с нашими мыслями, или просто игнорируем её. **Вселенский принцип противодействия гласит о том, что если некая система подвергается воздействию извне, то она пытается сделать все возможное, чтобы уменьшить это воздействие.** Мы пытаемся погрузить в воду некий предмет, а вода сопротивляется – возникает сила Архимеда. Мы пытаемся сдвинуть предмет с места – возникает сопротивление в виде силы трения и так далее. Объективные законы природы (закон Архимеда, сила трения, закон Ома, и другие законы) - явное подтверждение тому, что воздействуя на некую систему, мы тем самым порожаем противодействие усилиям, которые приложили. Люди также всегда стараются оградить свое сознание от вторжения со стороны. И явление это выражено тем ярче, чем менее авторитетным (приятным) для собеседника является говорящий. Чем сильнее мы воздействуем на некую систему, тем сильнее возникает противодействие нашим усилиям! Вследствие этого принципа, **чем более агрессивно мы пытаемся отстоять свою правоту, тем сильнее будет сопротивляться собеседник принятию нашей точки зрения».**

Мы склонны сохранять (в большей или меньшей степени) систему наших принципов и взглядов. В частности авторитетный специалист в области НЛП (нейролингвистического программирования) Роберт Дилтс говорит о том, что каждое убеждение повторяет историю своего происхождения. Т. е. в процессе принятия решения каждому человеку свойственно подстраивать факты под уже имеющееся внутреннее решение.

Французский философ 18 века Гельвеций, в своей книге «О человеке» приводит рассуждения о том, что одни и те же взгляды кажутся истинными или ложными, в зависимости от того, заинтересованы ли люди считать их теми или иными. Философ утверждает, что все люди признают истину геометрических аксиом только потому, что это не затрагивает их интересов. Если бы их интересы задевались этими аксиомами, тогда наиболее явно доказанные положения стали бы казаться им спорными. [10, стр. 428] Поэтому, даже, кажущиеся на первый взгляд истины мы будем отрицать, если они нам не выгодны. Мы будем приводить всевозможные аргументы (даже вымышленные), находить любые предлоги и оправдания для отрицания неудобной информации. **Только в детском возрасте мы готовы воспринимать многое на веру, а во взрослом же – поддавать все сомнению!** Правда в этом принципе, как и везде, есть свои исключения и противоположные законы, которые мы рассмотрим далее. Но уже сейчас можем сказать, что если из всех источников, из которых мы получаем информацию, будем слышать одно и то же, пусть даже что-то полностью неадекватное и нелепое, то психологический барьер будет преодолен мы готовы будем поверить «всем» и «всему». Даже обязательный курс истории в школе не может нас уберечь от этого негативного влияния. Все тоталитарные режимы тому явное подтверждение!

Более того, в силу определенных психологических законов нам в первую очередь приходят мысли о том, чтобы вообще отрицать все новое. Этот психологический эффект противоположен потребности в получении новой информации (любопытности). Процесс этого отрицания экономит наши собственные усилия. По этой же причине, с энергетической точки зрения, легче отстоять собственную точку зрения, чем прислушаться к новой, поразмыслить и сделать ее своей. Люди всегда защищают своё «Я», а если стоят во главе чего-то, то защищают и это «что-то». Если бы они действовали вопреки требованиям этих законов, их личное «Я» изменилось бы (пострадало), а большинство людей не готовы менять что-либо в себе. «У меня врожденная страсть противоречить», так пишет о себе М. Ю. Лермонтов в повести «Герой нашего времени». С возрастом эта тенденция проявляется все ярче, потому и

переубедить или научить чему-то новому пожилого человека намного сложнее, чем молодого.

Как мы уже отмечали ранее, очень важно, вначале беседы добиться благоприятного расположения аудитории (собеседника), чтобы с меньшим скептицизмом воспринимались наши слова, и высота барьера противоречия была меньше. Вот почему огромное значение имеет первое впечатление, которое вы произведете на своих слушателей. Оно складывается в самом начале вашего выступления. Легче всего это сделать, заговорив о том, что интересует и волнует аудиторию.



Упражнение **«Нерешенные проблемы»**.

Выберите из списка своих друзей (знакомых) троих людей и выпишите для каждого из них по волнующей их проблеме, которую вы сможете помочь решить в случае необходимости.

_____ : _____
_____ : _____
_____ : _____

Если мы хотим, чтобы нас понимали, слушали и относились к нашим словам не предвзято, то в начале речи мы просто обязаны создать благоприятный эмоциональный фон. Ведь к аргументам приятного нам собеседника люди относятся снисходительно, а к аргументам неприятного - критически.



Упражнение **«Предвзятое отношение»**.

Выберите из списка своих знакомых:

- 1) людей, к чьим словам вы относитесь предвзято: _____ ;
- 2) людей, к чьим словам относятся предвзято ваши друзья: _____ ;
- 3) людей, которые относятся предвзято к словам ваших друзей: _____ ;
- 4) людей, которые предвзято относятся к вашим словам: _____ ;

Проанализируйте причины предвзятого отношения.

В начале речи можно вызвать положительную эмоцию у своих слушателей, заинтересовать их своей темой, наконец, поразить чем-то, а уж потом выражать свои мысли. Путь, на первый взгляд длиннее, но в таком случае будут легче восприниматься ваши слова, и быстрее вы добьетесь своего. Прямо как в народной мудрости: «Умный в гору не пойдет, умный гору обойдет». Каждое общение ведётся на двух уровнях – предметно-логическом и личностно-эмоциональном. Во вступлении и в заключительной части речи общение оратора и аудитории ведётся на том уровне, где преобладают эмоции (личностно-эмоциональный уровень), именно к ним должны быть обращены слова говорящего. Перед тем, как сказать о главном, подумайте, как вызвать у слушателя необходимую вам эмоцию. А логично и по предмету мы говорим тогда, когда мы настроили слушателя на восприятие нашей речи (предметно-логический уровень).

Еще древнейшие учителя риторики говорили своим ученикам о трех основных *функциях вступления*. Во-первых, оно должно привлекать внимание аудитории. Во-вторых – должно создавать между оратором и слушателями чувство взаимного доверия и симпатии. В своей второй книге «Риторика» Аристотель раскрывает причины возбуждающие доверие к говорящему. По мнению великого философа Греции это - «разум, добродетель и благорасположение». Если слушателям кажется, что оратор обладает всеми этими качествами, они непременно чувствуют к нему доверие. [14, стр. 9] Таким образом, говорящий должен быть компетентным человеком, он должен обладать качествами, за которые его уважают слушатели. Ну и, конечно же, оратор должен расположить к себе слушателей. Наконец, третья функция - вступление должно давать аудитории основание, чтобы выслушать оратора. Помните, что каждый, слушающий вас человек, внутренне задает себе вопрос: «А почему, собственно говоря, я должен тратить свое драгоценное время и слушать вас?»



Упражнение «Благорасположение».

Выпишите несколько причин того, почему вы благоприятно относитесь к слушателям, а также причины того, почему слушатели должны также благоприятно относиться к вам:

- 1) _____

_____;
- 2) _____

_____.

Именно вступление в большей степени определяет успех вашего выступления.

Цель всего вступления – подготовить слушателей к восприятию речи оратора. Как это делать?

В осуществлении вышесказанного, поможет использование методов привлечения и удержания внимания.

1.5. Методы привлечения и удерживания внимания

Эти методы позволят вам не только привлечь внимание аудитории и расположить ее к себе, но и удерживать внимание слушателей на протяжении всей своей речи. Практика показывает, что внимание слушателей со временем снижается. Для визуализации сказанного представим рисунок 2.1.

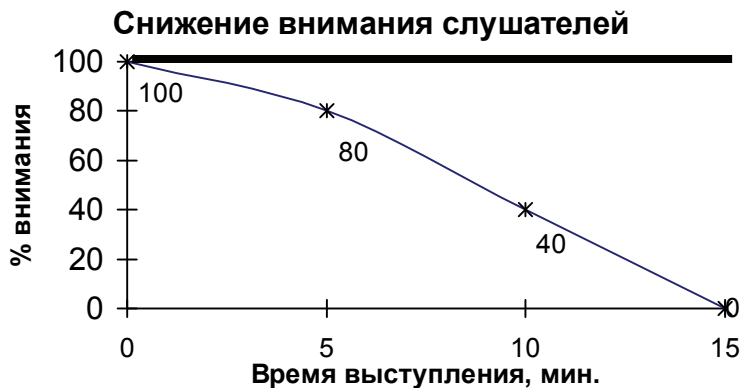


Рисунок 2.1. - Зависимость уровня внимания слушателей от времени выступления.

Данный рисунок 2.1. условный и отражает лишь тот факт, что для того, чтобы к концу вашей речи большинство слушателей не зевало, нужно постоянно поддерживать внимание к обсуждаемой теме и вовлекать воображение слушателей. Для

этого ознакомимся с методами привлечения и удержания внимания слушателей и их использованием в ораторской практике.

Методы привлечения и удержания внимания

1. «Цитаты известных людей».

Начать свою речь с цитат хорошо по нескольким причинам: их легко найти и легко подобрать на нужную тему. Кроме того, они позволяют оратору выглядеть умнее. Как забавные, так и серьезные, они всегда отлично привлекают внимание аудитории.

Примеры:

- Слова этого великого человека заставляются задуматься. Он сказал: «Наша молодежь любит роскошь, она дурно воспитана, она насмеяется над начальством и нисколько не уважает стариков». Представьте себе, эти слова произнес Сократ, живший более 2000 лет назад. Давайте затронем вопрос культуры нашей нынешней молодежи. Именно о культурном уровне нашего молодого поколения хотелось бы с вами поговорить...

- Слова Катона в римском сенате обращенные к Помпею также начинаются с цитаты: «Господа, Цицерон сказал очень мудро, напрягай каждый нерв для сохранения государства, наблюдай за всеми частями света в ожидании шторма, если не заметишь его вовремя, он обрушится на твою голову неожиданно» (Фильм «Юлий Цезарь»).

2. «Риторические вопросы».

Постановка вопросов сама по себе является эффективным способом начинать выступление. Они замечательно привлекают внимание слушателей и побуждают их к участию в обсуждении темы.

Пример из фрагмента речи Марка Туллия Цицерона ("Первая речь против Луция Сергия Катиллины"):

«Доколе же ты, Катилина, будешь злоупотреблять нашим терпением? Как долго еще ты, в своем бешенстве, будешь издеваться над нами? До каких пределов ты будешь кичиться своей дерзостью, не знающей узды? Неужели тебя не встревожили ни ночные караулы на Палатине, ни стража, обходящая город, ни страх, охвативший народ, ни присутствие всех честных людей, ни выбор этого столь надежно защищенного места для заседания сената, ни

лица и взоры всех присутствующих? Неужели ты не понимаешь, что твои намерения открыты? Не видишь, что твой заговор уже известен всем присутствующим и раскрыт? Кто из нас, по твоему мнению, не знает, что делал ты последней, что предыдущей ночью, где ты был, кого сзывал, какое решение принял?...»

Можете также при произнесении речи использовать кивки головой, вызывая тем самым ответную реакцию и внутреннее согласие ваших собеседников.

3. «Впечатляющие факты и исторические события».

Поддача интересных или поражающих воображение фактов всегда являлась отличным началом речи. Если некий факт произвел глубокое впечатление на вас, велика вероятность того, что он впечатлит и ваших слушателей. Подготовить отличное вступление помогают исторические события, которые имеют отношение к вашей теме. Их употребление позволяет вам выглядеть умнее и привлекает внимание аудитории.

Пример: Почему голосовать важно? Известно много примеров, когда всего один голос менял ход истории. Более 1000 лет назад в Греции целое собрание Синода было посвящено одному вопросу: являются ли женщины людьми или животными? В конце концов, с перевесом в один голос было установлено, что женщины все-таки принадлежат к роду человеческому. Повторяю, это решение прошло благодаря всего одному голосу. Среди других подобных ситуаций можно назвать такие:

- в 1923-м году всего один голос определил лидера новой политической партии в Мюнхене. Звали его Адольф Гитлер;

- в 1960-м только один голос на каждом избирательном участке Иллинойса мог бы привести к поражению Джона Ф. Кеннеди.

Все эти примеры явное подтверждение тому, что важен каждый голос...

Вы можете использовать любые новости - то, что УЖЕ и так занимает умы в данный момент. То, что крутится в головах людей прямо сейчас. То, что волнует и будоражит общественность. Это очень удобно. Всегда держите руку на пульсе актуальных событий, крутите головой по сторонам, подмечайте тенденции, замечайте изменения. Начните с подобных моментов,

заинтересуйте, свяжите с темой вашей речи и внимательный слушатель вам обеспечен.

4. *«Демонстрация знаний о публике. Комплимент».*

Людям всегда льстит, когда вы что-то о них знаете. Это показывает, что вы постарались изучить свою будущую аудиторию. Демонстрация знаний о публике является скрытым комплиментом. Идеальным же временем для демонстрации наших знаний об аудитории является вступление, когда нам необходимо расположить к себе аудиторию. Нет человека, которому неприятно было бы получить изящный комплимент. «Мы все чувствительны к комплиентам» - говорил Авраам Линкольн.

Пример: «Я рад возможности выступить с речью в вашем прекрасном университете. Основанный более полувека назад, он стал первым в своем роде по всей стране. С тех пор вы стали ориентиром, на который равнялись все остальные ВУЗы страны. За прошедшие годы вы выпустили из этих стен не только высококлассных специалистов, но и честных и порядочных людей...»

Есть еще одно положительное свойство в комплиентах. То, что люди думают в отношении нас, определяет то, что мы думаем о самом себе. Таким образом, можно **«изменить мнение человека о самом себе, т. е. его самовосприятие»**. Например, таким образом, поступал бывший президент Египта Анвар Сонат. На переговорах он делал комплимент собеседникам, говоря об их честности и открытости. Это приводило к соответствующему поведению оппонентов. Ведь мы всегда пытаемся соответствовать восприятию окружающих нас людей».

Подобное происходит по аналогии с известным в психологии **правилом взаимного обмена**. В соответствии, с которым незначительные любезности порождают более важные уступки в дальнейшем. Отдай и тебе будут должны. **Используя тенденцию отвечать уступкой на уступку, мы вначале инвестируем свои силы и время в то, чтобы расположить к себе человека, а потом получаем дивиденды в виде того, что его убеждение дается нам легче обычного.** [41]

В личной беседе выразите восхищение навыками и опытом собеседника, тем самым сделав ему комплимент. Не упускайте возможности похвалить партнера. Взаимопонимание позволяет лучше понять собеседника и повышает вашу способность влиять

на этого человека. Благодаря взаимопониманию вы сможете читать между строк, слышать больше чем говорит собеседник.

5. «Общность с аудиторией».

Еще одним из факторов, позволяющим добиться расположения является сходство. Даже незначительное сходство может способствовать возникновению положительной реакции на другого человека. Видимость же сходства можно создать искусственно.

Демонстрируя общие черты со своими слушателями, вы увеличиваете эффективность своего выступления. Ведь родство порождает взаимную симпатию, а слова знакомого и приятного нам человека всегда более убедительны, чем незнакомца. Как правило, мы охотнее всего соглашаемся выполнять требования тех, кого мы знаем, и кто нам нравится. «Главная задача адвоката на судебном процессе добиться, чтобы присяжным понравился его клиент» - Кларенс Дарроу. [41]

Этот способ демонстрирует нам Джон Кеннеди в речи произнесенной 26 июня 1963 г. в Западном Берлине - "Я - Берлинец!": «Я горжусь тем, что приехал в этот город в качестве гостя вашего выдающегося мэра, который символизирует во всем мире дух борьбы Западного Берлина. И я горжусь тем, что посетил Федеративную республику с вашим выдающимся Канцлером, который в течение очень многих лет проводил в Германии политику демократии и свободы, и прибыл сюда в компании генерала Клея, который находился в этом городе в моменты острых кризисов и приедет сюда снова, если это когда-либо будет необходимо.

Две тысячи лет крылатой фразой было "Я – гражданин Рима". Сегодня, в свободном мире, это должно звучать так: "Я - Берлинец"...».

6. «Причина, по которой собрались».

Хотите, чтобы начало вашей речи звучало легко и непринужденно? Просто напомните аудитории о причине, по которой вы выступаете и обстоятельствах, которые собрали вас вместе.

Пример: Фрагмент речи рейхсканцлера Адольфа Гитлера в Рейхстаге. Берлин, 1 сентября 1939 года.

«Депутаты германского Рейхстага! В течение долгого времени мы страдали от ужасной проблемы, проблемы созданной Версальским диктатом, которая усугублялась, пока не стала невыносимой для нас. Данциг был — и есть германский город. Коридор был — и есть германский. Обе эти территории по их культурному развитию принадлежат исключительно германскому народу. Данциг был отнят у нас, Коридор был аннексирован Польшей. Как и на других германских территориях на востоке, со всеми немецкими меньшинствами, проживающими там, обращались всё хуже и хуже. Более чем миллион человек немецкой крови в 1919–20 годах были отрезаны от их родины...».

7. «Связь с прошлым».

Если вы выступаете не первым, очень полезно будет для начала объяснить слушателям, как ваша речь связана с тем, что они слышали ранее. Это поможет увидеть слушателям целостную картину и быстрее понять, о чем будет идти речь.

Примеры:

- «Предыдущий выступающий рассказал вам о методе, который называется «причина по которой собрались» (*предыдущий зацепляющий крючок*). Я же вам изложу суть еще одного прекрасного способа привлечь внимание аудитории. Назовем его «связь с прошлым»».

- «Фрагмент речи Рональда Рейгана 12-го июня 1987 г. в Западном Берлине. «Дамы и господа. Двадцать четыре года назад Президент Джон Ф. Кеннеди посетил Берлин, общаясь с людьми в здании муниципалитета. После этого еще два президента Соединенных Штатов приезжали сюда. И сегодня я во второй раз посещаю ваш город...»

- Примером использования такого метода начать речь есть обращение президента Ф. Д. Рузвельта к Конгрессу с просьбой об объявлении состояния войны между Соединёнными Штатами и Японской империей. Вашингтон, 8 декабря 1941 г.

«Вчерашний день, 7 декабря, 1941 года, навеки будет днём позора — Соединённые Штаты Америки были внезапно и преднамеренно атакованы военно-морскими и воздушными силами Японской империи.

У Соединённых Штатов был мир с этой нацией и, по просьбе Японии, мы всё ещё вели переговоры с её правительством и её императором, стремясь к укреплению мира на Тихом океане...»

- "У меня есть мечта". Фрагмент речи Мартина Лютера Кинга 28 августа 1963 г.

«Пять десятков лет назад великий американец, под чьей символической сенью мы сегодня собрались, подписал Прокламацию об освобождении негров. Этот важный указ стал величественным маяком света надежды для миллионов черных рабов, опаленных пламенем испепеляющей несправедливости. Он стал радостным рассветом, завершившим долгую ночь пленения...»

8. «Личный опыт».

Аудитории очень интересно слушать о личном опыте оратора. Ей интересно его личное мнение по тому или иному вопросу. Личные истории, которые пережил оратор, просто намертво приковывают внимание слушателя. Однако, стоит осторожно использовать местоимение «Я», его частое употребление может настроить аудиторию против вас. Свой жизненный опыт стоит излагать без заносчивости и хвастовства, тогда это будет действительно интересно.

Приведу пример из собственной жизни: «Обучаясь в университете, я проходил курс лекций по предмету который называется «управление потенциалом предприятия». Преподаватель, кандидат экономических наук, большую часть лекций выделял на собственное размышление вслух о том, как сейчас трудно живется. От лекции к лекции он жаловался на низкую заработную плату преподавателя, говоря о своей дочери, он уповал на то, что так накладно сейчас защитить кандидатскую диссертацию. От занятия к занятию, он повторял о неискоренимой коррупции в органах местной власти. Самое интересное, что когда пришло время сдавать экзамен, он сказал: «Мы же с вами говорили о процедуре сдачи экзамена, давайте поможем пенсионному фонду почтовыми марками. Я думаю из расчета 20 гривен на человека и никаких проблем с экзаменом ни у кого не будет!». Да! Тут у нас от изумления открылись рты. Вот так очень часто бывает, когда слова человека расходятся с его делами. Особо опасно это в том случае, когда демонстрируется подобное преподавателем, который должен быть образцом для подражания,

не только обучать, но и воспитывать. А когда нам в жизни приходится изменять своим словам? Именно этот вопрос является предметом моей речи...»

9. *«Похожи как две капли».*

По разговору двух людей в течение нескольких минут часто можно точно сказать, как долго эти люди знают друг друга. Когда люди становятся друзьями, они часто выражают друг другу свои чувства. В отличие от разговора с незнакомыми людьми, в разговоре с близкими мы чаще используем местоимения «мы», «нам», «наш».

Создать ощущение родства и доверия с аудиторией позволит нам упоминание в своей речи о чувствах и использование местоимений «мы», «нам», «наш». Используя эти местоимения, мы создаем атмосферу непринужденного разговора и близости со слушателями.

Показать свое родство с аудиторией также позволит нам использование профессионального языка, понятного аудитории.

Пример: Пауль Йозеф Геббельс, "Речь о тотальной войне".

Это одна из самых знаменитых речей министра пропаганды Третьего Рейха Йозефа Геббельса, произнесённая им 18 февраля 1943 года в берлинском Дворце спорта перед крупной и солидной аудиторией. Недавно окончилась Сталинградская битва, и всем стала понятна серьёзность войны. Этой речью Геббельс хотел воодушевить немецкий народ и поднять в нём боевой дух, что ему блестяще удалось. Речь имела колоссальный успех и вызвала у собравшихся необычайный энтузиазм.

«Всего лишь три недели тому назад я прочёл с этого места прокламацию Фюрера по поводу 10-й годовщины нашего прихода к власти, после чего выступил с обращением к вам и к немецкому народу. Кризис, с которым мы столкнулись на восточном фронте, достиг своего апогея. Незирая на тяжкие беды, с которыми наш народ столкнулся в битве на Волге, 30 января мы собрались на массовом собрании, чтобы показать наше единство, единоклющие и твёрдое желание преодолеть трудности, с которыми мы столкнулись на четвёртом году войны. Мне и, пожалуй, всем вам, было очень волнующе от ощущения того, что во время нашего многочисленного собрания здесь, в Дворце спорта, мы были

соединены по радио с последними героическими бойцами. Они передали нам по радио, что они слышали прокламацию Фюрера и, наверное, последний раз в своей жизни вместе с нами подняли руки и пели национальный гимн. Какой пример подали немецкие солдаты в эту великую эпоху! И какое обязательство накладывает это на всех нас, в особенности на весь немецкий тыл! Сталинград был и остаётся великим сигналом тревоги, который подаёт судьба немецкому народу! Народ, у которого есть силы пережить и преодолеть такое несчастье, и при этом ещё почерпнуть из этого дополнительные силы, непобедим. В моей речи к вам и к немецкому народу я вспомню героев Сталинграда, которые накладывают на меня и на всех вас глубокое обязательство. Я не знаю, сколько миллионов людей слушает меня по радио в этот вечер - в тылу и на фронте. Я хочу обратиться ко всем вам из глубин моего сердца и затронуть глубины ваших сердец...».

10. «Шутка, вызывающая улыбку».

Вызвать у аудитории положительную эмоцию можно использованием шутки, если конечно это уместно. Юмор позволяет временно отвлечься от темы разговора и снять напряжение.

Например, когда Ганс Дитрих Геншер вступил в должность министра иностранных дел Германии, ему не давался беглый английский. Его наградили сочувствием и улыбками, когда за рубежом речь на английском языке он начал словами: «Леди и джентльмены! С английским языком у меня - как с женой: я её люблю, но ею не владею».

Кроме сострадания, печали и ужаса древнеримский теоретик риторики Квинтилиан рекомендует оратору учиться вызывать смех, где это необходимо. Смех может иметь происхождение исключительно физиологическое. Может он быть вызван и причинами, заключенными в самом субъекте смеха. Однако надо, чтобы выставляемый недостаток не был приписан глупости или несообразительности. Смех может вызываться и всякими другими предметами вне оратора. Цель смешного в речи – не только развлекать, а также и давать отдых после утомления от длинного изложения материала. Квинтилиан очень серьезно относился к смеху. Он считал его одной из самых трудных задач красноречия. Но надо, чтобы это не было грубым, плоским или вульгарным. [23, стр. 10]

Предлагаем вашему вниманию неудачный пример шутки преподавателя ВУЗа. Рекомендуем не повторять его ошибок. Университет. Курс лекций по предмету «антикризисное управление». Преподавателю предмета 80 с лишним лет. На первой лекции в группе он начинает знакомство со студентами словами о том, как ему тяжело живется и о том, что он сирота ... Конечно же, улыбки на лицах студентов и их растерянный взгляд можно понять... Нитье, по-моему, не относится к инструментам антикризисного управления.

11. «Притча».

Хороший способ начать презентацию – это притча, история с намеком или моралью. При этом притчу лучше подобрать простой, правдивой и эмоциональной. И по возможности индивидуальной (на языке, понятном аудитории).

12. «Тихий голос».

Некоторые ораторы начинают речь подчеркнуто тихо, чтобы заставить слушателей быть внимательными. В древности учителя ораторского искусства рекомендовали даже произносить первые предложения, как бы колеблясь и с мнимой неуверенностью, чтобы таким способом достичь напряжения и благодаря этому - сосредоточения. Советуем пользоваться этим методом только опытным ораторам, чтобы избежать нарастания собственного чрезмерного волнения в начале речи.

13. «Личное соучастие».

Суть метода в том, что оратор предлагает слушателям мысленно стать участниками конкретного события.

Пример: «Представьте себе, что вы стали очевидцем увиденного...»; «Вообразите, что вы...»; «Перенеситесь на секунду...». Развивая эти мысли далее, выступающий пытается захватить воображение слушателей, интригуя, он делает свою речь интереснее.

Обращение к чувствам человека, его визуальным образам, обращение к его прошлому опыту еще называется **методом «модальностей»**. Например: «Что бы вы чувствовали в такой ситуации?», «Какие у вас были тогда ощущения?» и т. п.

14. «Пауза».

Мы уже говорили о том, что вначале выступления необходимо сделать паузу, успокоиться, начать спокойно дышать, установить

зрительный контакт с аудиторией и, по возможности, дожидаться полного внимания со стороны слушателей. Но оказывается, что пауза нужна не только выступающему, но и слушателям. Они ведь еще и зрители. Прежде чем слушать, они любят посмотреть на оратора, оценить его внешность, костюм, манеры.

Паузу можно также использовать для привлечения внимания аудитории в любой части речи. Прервите свою речь, перед важным моментом или после него, и вы увидите, как это приковало всеобщее внимание.

15. «Ярлычки».

Процесс словесного влияния на человека можно описать такой последовательностью: восприятие слов собеседника приводит в движение мысли, мысли порождают соответствующие эмоции, а эмоции в свою очередь ведут к действиям. Слова, которые однозначно вызывают те или иные эмоции называют эмоционально-окрашенными.

Заинтриговать аудиторию вы можете такими словами: «Очень интересная тема...»; «Яркое событие»; «Удивительный момент», и т. п. Быстро привлечь внимание аудитории позволяет объявление о том, что тот или иной момент является необычайно важным или интересным.

16. «*Этикетные формулы (обращение, приветствие, представление)*».

Обращение – это действенный и простой способ привлечь внимание. Поэтому если первыми словами к слушателям будет обращение к ним же, это сразу привлечет их внимание. Практически все политические речи начинаются с этикетных формул.

Примеры:

- «Коллеги, земляки, сослуживцы, товарищи, граждане, украинцы, уважаемые члены комиссии, сокурсники,...»

- «Уважаемые коллеги, дорогие друзья, здравствуйте, я рад вас приветствовать, разрешите представиться, я рад счастливой возможности выступить перед вами,...» [14, стр. 103]

- «Товарищи красноармейцы! Капиталисты Англии, Америки, Франции ведут войну против России. Они мстят Советской рабочей и крестьянской республике за то, что она свергла власть помещиков и капиталистов и дала тем пример для всех народов земли. Капиталисты Англии, Франции и Америки

помогают деньгами и военными припасами русским помещикам, которые ведут против Советской власти войска из Сибири, Дона, Северного Кавказа, желая восстановить власть царя, власть помещиков, власть капиталистов. Нет. Этому не бывать. ...» (Ленин Владимир Ильич "Обращение к Красной Армии")

- «Товарищи! Граждане! Братья и сестры! Бойцы нашей армии и флота! К вам обращаюсь я, друзья мои! ...» (Выступление по радио Председателя Государственного Комитета Оборона И. В. Сталина. 3 июля 1941 года.)

17. *«Прямо к делу. Неожиданность ваш конек».*

Попробуйте заинтересовать аудиторию, кратко набросав самую суть ситуации, и дать представление о ее содержании во вступлении своей речи. Вводные фразы должны привлечь внимание слушателей в первые секунды речи. Это очень ответственная часть речи и подойти к ее составлению необходимо соответствующим образом. Вот несколько случайных выдержек из разных газет, которые дают общее представление об этом способе:

«Согласно последним сводкам, миллионы людей живут не по средствам и сидят по уши в долгах». «Бэнкинг уикли».

«Стремительно растущий рынок кокаина подтверждает тот факт, что Британия (Германия, Дания...) становится общеевропейской штаб-квартирой распространения наркотиков, и к тому же изрядно обкуренной». (Источник: «Грониад».)

Составьте и вы «кричащую» фразу к своей речи, начните ее такими словами, которые сразу ошарашат ваших слушателей.

18. *«Демонстрация своих чувств, открытости и честности».*

Открытость повышает доверие, а демонстрация чувств провоцирует собеседника на аналогичное поведение.

Теперь вы познакомились с некоторыми методами, которые позволяют вам привлечь внимание слушателей, возобновить это внимание при необходимости, а также, удержать его на протяжении всей вашей речи.



Упражнение. «Продолжите одну из фраз, демонстрирующих открытость и доверие»:

«Кто вам еще скажет правду, что на самом деле.....»,

«Мы всегда открыто говорим, что.....»

«Говоря честно, мне и самому кажется.....»

«Правда в том, что здесь все-таки есть небольшое преувеличение.....».

1.6. *Дополнительные методы привлечения и удерживания внимания*



Упражнение. Рассмотрим еще некоторые **дополнительные методы привлечения и удержания внимания слушателей.** Выберите один из методов и сделайте его презентацию для аудитории.

1. *«Словесный динамит».*

Эффективным средством для привлечения внимания к речи является применение неординарных заявлений. Как магнит они приковывают внимание слушателей. Спящие слушатели, при этом просыпаются, а внимательно слушающие – волнуются.

Примеры:

- **«Скомкать и выбросить в мусорный бак.** Вот, что я подумал поначалу о вашем предложении...».

- «Земли районов, которые вклиниваются в территорию города, - это **бомба** замедленного действия, - заявляет заместитель городского головы депутат Запорожского городского совета Сергей Гладченко. – Землём будут торговать районы, а проблемы расхлебывать – город». (Газета «Комсомольская правда»)

2. *Подкрепление слов инсценировкой и мимикой.*

Действия более выразительны, нежели слова. Не случайна китайская пословица: «Лучше один раз увидеть, чем тысячу раз услышать». Например, говоря о чрезмерности требований, можно проиллюстрировать это, согнув линейку: ещё усилие и она сломается – так же, мол, и с неумеренностью выставленных требований.

3. «Метод шок».

«Один из маршалов армии Наполеона обладал некой странностью. Будучи человеком очень выдержанным, он иногда терял самообладание перед подчиненными, срывал с головы треуголку, швырял её на землю и в ярости топтал её.

Эти вспышки гнева случались всегда в моменты, когда нужно было подвигнуть подчиненных на непростое решение.

Только денщик подметил такую закономерность: всякий раз накануне маршал говорил ему: «Жак, принеси мою старую треуголку». Маршал был из простолюдинов и не мог топтать дорогой головной убор.

Не зря говорят: «Лучший экспромт – тот, что хорошо подготовлен».

Пример: «Вы же у меня топ-менеджеры». (Топнув ногой, сказал один из руководителей Запорожского ферросплавного завода).

Вот еще один пример использования этого метода: «19 столетие. Суд. Известный адвокат Плевако должен был выступать после обвинителя. Но толпа настолько прониклась выступлением обвинителя, что адвоката никто не хотел слушать. Тогда Плевако взял двенадцатипудовый свод законов и грохнул на кафедру. Это привлекло внимание. Тогда он начал свою речь так: «Видите силу российских законов, так вот я их представитель...».

«Однажды Диоген на городской площади начал читать философскую лекцию. Его никто не слушал. Тогда Диоген заверещал по-птичьи, и вокруг собралась сотня зевак.

- Вот, афиняне, цена вашего ума, - сказал им Диоген.

- Когда я произносил для вас умные речи, никто не обращал на меня внимания, а когда защебетал, как неразумная птица, вы слушаете меня, разинув рты».

4. «Прямое требование».

Примеры:

- и, минутку внимания...,

- а теперь внимание...,

- вот ключевой момент...,

- и самое главное....

После таких слов невольно прислушаешься к словам говорящего. [8, стр. 198]

5. «Прием эллипса»

Он состоит в недоговаривании последнего слова в фразе. Слушатели сами договаривают (мысленно) это слово, чем вовлекаются в процесс активного слушания.

6. «Концессия (прививка)».

Что делать в том случае, если аудитория агрессивно настроена против вас?

Вот исторический пример использования этого метода: Крестьянский съезд, ноябрь 1917 год.

На трибуне неожиданно появился Ленин. Зал бесновался не меньше десяти минут. «Долой его! – ревел зал. – Не хотим слушать ваших народных комиссаров! Не признаем вашего народного правительства!»

Ленин стоял совершенно спокойно, охватив поупитр обеими руками, и вдумчиво оглядывал беснующуюся толпу своими прищуренными глазами. Наконец шум в зале как бы иссяк, за исключением правых скамей, где все еще продолжали кричать и свистеть.

«Я пришел сюда не как член Совета Народных Комиссаров, - сказал Ленин, снова подождал, пока спадет шум, - а как член большевистской фракции, надлежащим образом избранный на настоящий Съезд». И он высоко поднял над головой мандат, так, чтобы его могли все видеть».

Для того, чтобы заставить себя слушать, вам необходимо поставить себя на место аудитории и подумать над тем, как нейтрализовать агрессию или предвзятое отношение к вам и сделать это нужно в самом начале выступления. [12, стр. 220]



Упражнение. Для закрепления всех методов привлечения и удержания внимания аудитории в памяти, **проанализируйте речь** супруги спартанского царя Леонида. Великого царя Спарты, который во главе трех сотен спартанских воинов поразил своим мужеством и отвагой персидское войско и весь мир. Выявите методы привлечения внимания аудитории.

«Члены совета, я к Вам обращаюсь, не только как ваша царица. Я к Вам пришла как мать, я пришла как жена, как женщина Спарты пришла к Вам! Я к Вам пришла, забыв про гордость. Я не представляю здесь Леонида. Его дела звучат громче, чем любое мое

слово. Я представляю тех, чей голос не слышен: матерей, дочерей, отцов, сыновей, три сотни семей, страдающих за нас всех. За права, на основе которых создан этот совет.

Мы ведем войну, достойные мужи. Мы должны послать всю спартанскую армию в помощь царю. Чтобы спасти не только себя, но и наше потомство. Пошлите армию ради спасения свободы, ради справедливости, ради порядка и закона, ради здравого смысла. И самое главное, ради сохранения надежды, на то, что царь и его воины не просто исчезнут в глубинах истории. Но их мужество сплотит нас, а их храбрость и нам придаст сил.

И в вашем решении найдет свое отражение их подвиг».

Особенностью речи было то, что аудитория была изначально настроена против оратора. Слушатели догадывались о том, что выступающий попытается переубедить их дать отпор персидскому войску. Царю Леониду перед этим они уже отказали в этом же вопросе. Для того, чтобы подвести слушателей к иному мнению нужны были веские аргументы. Помните о том, что люди в первую очередь доверяют своему собственному мнению. Поэтому, в случае публичного обсуждения вопроса, можете не обнажать преждевременно выводов: *«Мы должны послать всю спартанскую армию в помощь царю»*, а подвести слушателя к тому, чтобы он принял необходимое вам мнение, например вопросом: *«Что случится, не направь мы спартанскую армию в помощь царю?»* или таким: *«Разве у великого совета не достаточно смелости послать армию в помощь царю?»*. Вариантов множество, и чем более ненавязчивый способ, тем он действеннее. Но это все лишь после того, как будут изложены соответствующие аргументы, на основании которых слушатели будут подведены к тому мнению, которое необходимо говорящему.

Во вступлении речи можно увидеть демонстрацию «предупреждения предвзятого отношения» аудитории – *«Я не представляю здесь Леонида»*. Подобный метод мы назвали *«Концессия (прививка)»*. Сила этого метода в том, что называя вслух то, что нас разъединяет со скептически настроенными собеседниками, мы тем самым преуменьшаем этот скептицизм, о котором говориться.



Упражнение. Кто смотрел фильм «Запах женщины» с Аль Пачино в главной роли, может с легкостью вспомнить слова его оправдательной речи, произнесенной на школьном совете. Аль Пачино блестяще сыграл роль слепого подполковника Френка Слэйта и получил за него свой первый оскар. Убедительно ли его выступление и чем именно? Какие методы привлечения внимания здесь использованы? (Время 02.14.35 – 01.19.45)

«Директор школы Бейерда. Я буду рекомендовать дисциплинарному комитету, чтобы исключили вас мистер Симс. Поскольку вы изворотливый лгун.

Подполковник Френк Слэйт. Но не стучач.

Директор школы Бейерда. Простите?!

Подполковник. Не прошу.

Директор школы Бейерда. Мистер Слейт.

Подполковник. Здесь творится полное дерьмо.

Директор школы Бейерда. Пожалуйста, следите за вашей речью мистер Слейт. Это школа Бейерда, а не казарма. Мистер Симс, я даю вам последнюю возможность высказаться.

Подполковник. Мистеру Симсу она не нужна. Ему не нужно носить звание человек Бейерда. Что это за чушь? Что у вас за принципы? Ребята стучите на своих товарищей, прикрывайте свой зад или вас ждет публичная казнь? Джентльмены, когда пахнет жареным кто-то убегает, а кто-то остается. Чарльз принял огонь на себя, Джордж спрятался в большом кармане папочки. И что делаете вы? Хотите наградить Джорджа и уничтожить Чарли.

Директор школы Бейерда. Вы закончили мистер Слейт?

Полковник. Нет, я только разминаюсь. Не знаю кто здесь учился. Ильям Говард, Тафт, Уильям Брайент или даже Вильгельм Тет. Дух школы умер, если он и был, то он уже умер. Вы создаете здесь корабль для крыс, корабль поганых стучачей. Если вы думаете, что готовите эти ничтожества для взрослой жизни, то вы ошибаетесь, потому что вы убиваете тот дух, который провозглашает эта школа. Какой позор, какой спектакль вы здесь устроили. Единственный достойный человек здесь сидит рядом со мной. Можете мне поверить, его душа чиста. Он ею не торгует. И знаете почему? Кое-кто, не буду называть его имя, предложил продать ее, но Чарли не продался.

Директор школы Бейерда. Вы нарушаете порядок.

Полковник. Я вам покажу порядок! Вы не знаете, что такое порядок, мистер Траск. Я бы показал вам, если бы не был старым, уставшим и слепым. Лет пять назад я бы пришел сюда с огнеметом (резкий удар палкой по столу) и разнес все к чертовой матери. Порядок. А вы знаете, с кем вы говорите? Я уже давно живу. Было время, когда я мог видеть и видел таких ребят, даже моложе. У них были оторваны руки и отрезаны ноги, но хуже всего - это ампутированная душа. Душу протезом не заменишь. Вы думаете вы просто посылаете этого прекрасного солдата домой в Орегон с поджатым хвостом. Нет, вы убиваете его душу. А почему, потому что он не человек Бейерда. Человек Бейерда. Если вы выгоните его, вы все будете ублюдками Бейерда. А вы, Гарри, Джимми, Тред, где бы вы ни были, да пошли вы.

Директор школы Бейерда. Садитесь мистер Слейд.

Полковник. Я не закончил. Когда я вошел, то услышал такие слова, колыбель лидеров. Но когда рушатся основы, падает и колыбель. И у вас она упала, упала. Вы растите здесь лидеров, воспитываете мужчин? Но какими они получаются? Я не знаю как оценить молчание Чарли сегодня, я не судья, но могу сказать одно. Он никого не продаст ради своего будущего. И это друзья мои называется честностью. Это называется мужеством, вот из чего должны создаваться лидеры. Я сейчас нахожусь на распутье, я всегда знал, какой путь правильный. Знал всегда, без исключений, но никогда не шел по нему. А знаете почему? Потому что это было слишком трудно. А вот Чарли, оказавшись на распутье, выбрал этот путь, правильный путь. Это путь принципов формирующих характер. Пусть он идет по этому пути. Комитет, его будущее в ваших руках. И это достойное будущее, поверьте мне. Не разрушайте его, защитите, поддержите и когда-нибудь вы этим будете гордиться. Обещаю».

1.7. Структура выступления

Как начать свое выступление и расположить к себе слушателей вы уже знаете. После так называемых «изюминок речи» (методов привлечения и удерживания внимания) во вступлении, в том случае, если речь информационная, можем

изложить цель своей речи (лучше косвенно). Например: «Давайте рассмотрим...», «Мы попытаемся ответить на вопрос...» и т. п. Если же речь агитационная, иногда не стоит даже намекать на настоящую цель выступления. И уж явно не правильно будет начинать свою агитационную речь словами: «Я вам сейчас докажу, что все обстоит не совсем так, как вы думаете...». Эти слова вызовут бурю эмоций у ваших, уже скептически настроенных слушателей. Человека опьяненного эмоциями вы вряд ли переубедите. Вся вашу речь, все ваши аргументы он перевернет с ног на голову. Пока такой зритель вас будет слушать, он подберет массу контраргументов к вашим словам и еще больше убедится в точке зрения, противоположной вашей. Придумав как вам возразить, все оставшееся время вашего изложения человек обдумывает контраргумент и ждет момента, когда его можно будет озвучить. В это время он вас попросту и не слышит, и не слушает. Положительным моментом здесь можно назвать разве что то, что человек, который имеет другую точку зрения, обычно является внимательным слушателем. Он пытается выявить и запомнить все неточности вашего изложения.



Упражнение. Проанализируйте **выступление Юлии Тимошенко на майдане по случаю годовщины "оранжевой" революции.**

«Доброго вечора, шановні майданівці! Вітаю вас зі святом!

Я тільки що дивилася телебачення з прямою трансляцією і мені сказали, що у вас якийсь не такий настрій, що у вас якісь не дуже веселі обличчя... Я хочу звернутись до вас: розправте плечі! Підніміть очі! Бо рік тому ви зробили те, що сьогодні оцінив цілий світ, вся Україна...»

(Не хочется ли вам после произнесенных слов: «не дуже веселі обличчя» сказать, что у вас все хорошо и весело?)

Существует правило: «Чем менее заметна агитация, тем более она действенна». Чем тоньше и искуснее метод, тем легче и быстрее он работает в убеждении. С первых услышанных слов слушатель должен понять, о чем будет идти речь, а не то, в чем его хотят переубедить.

Во вступлении речи, в случае необходимости, нужно пояснить то, о чем вы собираетесь говорить, чтобы не вызвать ложные ожидания у аудитории.

В качестве примера приведем фрагмент речи Д. Ф. Кеннеди в Американском Университете. 10 июня 1963 г.

«Я избрал этот момент и это место для того, чтобы обсудить тему, по поводу которой очень уж часто проявляется невежество и очень уж редко преследуется цель добиться правды, хотя эта тема является наиболее важной в мире - мир во всем мире.

Какой мир я имею в виду? Какого мира мы стараемся добиться?...»

Для лучшего понимания выступления можете озвучить основные вопросы, которые собираетесь поднимать в вашей речи. Так вы сможете избежать той ситуации, когда после третьего вопроса, который вы затронули, у аудитории невольно возникают мысли о том, сколько же вообще вопросов вы хотите затронуть в своей речи. Избежать таких отвлекающих мыслей вам поможет упоминание о них (или их количестве) в первой части вашего сообщения.

После вступления вы настроили аудиторию на восприятие информации. Половину дела вы уже сделали. Методы изложения материала в основной части будут рассмотрены далее. А сейчас предлагаем понять принципы построения заключительной части речи.

1.8. Структура заключительной части выступления

Любой может речь начать, но не всякий может её закончить. Совет простой: «Дело не начинай, если не сможешь его закончить».

Заканчивая вашу речь, необходимо помнить о том, что наиболее запоминается слушателями именно то, о чем говорится вначале и в конце речи, причем, в большей степени все-таки помнится конец. **Это следствие так называемого «закона края».** Давайте разберем структуру заключительной части выступления (см. «Композицию речи»).

Так как единственное, что точно останется от речи оратора в памяти слушателей – это заключение, необходимо приложить все

силы, чтобы заключительная часть нашего выступления была эффективной и эффектной. Во-первых, можно повторить основные мысли выступления (**принцип тройного повторения** – во вступлении речи произнесите то, о чем собираетесь сказать, в основной части, рассказывая, проговорите, о чем собирались сказать, а заканчивая речь, напомните о чем говорили); во-вторых, проиллюстрировать нечто такое, что должно точно остаться в памяти слушателей (график, рисунок и т. п.); в-третьих, вернуться к началу своей речи, где вы говорили о цели выступления. Наконец, пришло время впечатляющего высказывания, лозунга или призыва к действию (используем по необходимости, в зависимости от цели вашего выступления и подготовленности аудитории, т. е. готовности с вами согласиться). К вашему лозунгу аудитория должна отнестись положительно. Оглянитесь на количество оппозиции в вашей аудитории, и подумайте, стоит ли слушателей сейчас о чем-то просить и к чему-то призывать. Подумайте, не услышите ли Вы негативные возгласы в ответ на ваш призыв (лозунг)? Не стоит ли отложить последние до следующей речи, в этой же аудитории, когда она будет психологически готова в большей степени с ним согласиться? Может, стоит намекнуть, например, задать вопрос?

Продумывая заключение, необходимо особо тщательно поработать над последними словами выступления. Если *первые слова должны подготовить слушателя к восприятию речи, то последние призваны усилить эффект выступления*. Конец должен быть таким, чтобы слушатели почувствовали, что дальше говорить нечего. *Вы должны исчерпать тему, а не терпение слушателей. «Конец венчает дело»,* - утверждает народная мудрость.

В качестве примера, подтверждающего вышесказанное возьмем фрагмент речи, а именно заключительную ее часть, обращения Иосифа Виссарионовича Сталина к народу 2 сентября 1945 года.

«...Наступил долгожданный мир для народов всего мира.

Поздравляю вас, мои дорогие соотечественники и соотечественницы, с великой победой, с успешным окончанием войны, с наступлением мира во всем мире!

Слава Вооруженным Силам Советского Союза, Соединенных Штатов Америки, Китая и Великобритании, одержавшим победу над Японией!

Слава нашим дальневосточным войскам и Тихоокеанскому военно-морскому флоту, отстаившим честь и достоинство нашей Родины!

Слава нашему великому народу, народу-победителю! Вечная слава героям, павшим в боях за честь и победу нашей Родины!

Пусть здравствует и процветает наша Родина!»

В заключительной части речи вы видим 5 лозунгов подряд! И независимо от того как относилась эта персона к людям, он говорил то, что хочет слышать народ. Так вынуждены делать все политические деятели, которые заботятся о своем рейтинге. Но мы то знаем, что говорить можно одно, а делать противоположное! Поэтому поступкам мы доверяем больше. Можно благодарить генералов за выигранную войну, а потом их сделать мишенью для своей репрессивной машины и замучить в лагерях. Можно много говорить о любви к братскому народу соседней страны и параллельно отдавать приказы об артиллерийских обстрелах этой страны. Такова горькая правда.

В том случае, если речь не заканчивается лозунгом или призывом к действию вы можете дать понять слушателю, что ваше выступление закончено словами «благодарю за внимание». И не забудьте посмотреть на своих слушателей при этом. Они должны увидеть благодарность, обращенную к ним, а не к полу или стене.

Одним из способов избегания неудобных мыслей по поводу того, что ранее вы приняли неверное решение или совершили неправильный поступок, является некое предложенное действие. Тем самым мы уводим слушателя от неудобных мыслей и параллельно добиваемся своего. В будущем от своих действий отказаться намного сложнее, чем от слов. Таким образом, в заключительной части речи можете добиваться от слушателей выполнения определенных действий.

Скажите людям, что конкретно от них хотите, и вы сразу увидите результат своего призыва. Казалось бы, это очевидно. Но вы будете удивлены, как часто люди об этом забывают. Например,

если вы на страницах сайта будете говорить посетителю, что вы хотите, чтобы он сделал, то результат не заставит вас долго ждать. Примеры: «Читайте дальше», «Подпишитесь на рассылку», «Оформите заказ прямо сейчас», «Выберите способ оплаты», «Поделитесь с друзьями», «Позвоните нам» и т. п.



Упражнение. **«Призыв к действию в заключительной части речи».**

Пример: 1)...посетите наш город, и вы получите массу положительных и незабываемых эмоций. 2) ... приобретите сейчас диск с записью, придите домой, и начните уже с сегодняшнего дня воплощать свои мечты в реальность. 3) Настраивайтесь на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество с нами.

Приведите несколько собственных примеров:

Обдумывая заключительную часть речи, не стоит забывать о том, что к своему собственному мнению человек прислушивается с большей охотой, чем к чужому, и решение которое он принял самостоятельно ему ценнее любого авторитетнейшего закона и всемогущего принципа. Поэтому, иногда, намного действеннее вместо кричащей фразы: «Так пошлем же легионы!» будет использование в концовке выступления вопроса: «Что произойдет, не пошли мы наши легионы в такой ситуации?». Если ваши слушатели, под весом доводов, которые вы изложили в основной части речи, готовы ответить положительно на этот вопрос, то пусть они сами на него ответят. Это будет, их личное мнение, и переубедить их в обратном, вашим оппонентам будет непросто!

Нужно также помнить, что взятые с человека обязательства, (письменное согласие, задаток, слово,...) вынуждают его выполнять определенные действия. Этим и может пользоваться искусный агитатор.



Упражнение. Для закрепления вышесказанного **подготовьте выступление**, основанное на речах сенаторов Рима касательно вопроса необходимости подавления восстания

Спартак. Ситуация такова, сенат выслушал две речи в пользу подавления восстания. Вы выступаете, отстаивая эту же точку зрения после ваших коллег по сенату. Представьте, что вы потеряли свое поместье. Ваша задача убедить сенат отозвать легионы Помпея для подавления восстания, дабы не потерять оставшееся имущество. После прочтения фрагментов речей двух сенаторов продумайте и произнесите свою речь.

1. «...Они идут от Капуи и к ним присоединяются все новые рабы. Они грабят, убивают, жгут все вокруг. Свой лагерь они разбили на склоне Везувия. Каждый день их число умножается. Ситуация в руках этого августейшего органа.»

2. «И позвольте добавить. Сожжено более ста поместий. И среди них, господа, моё. Я потерял три миллиона сестерций. Надо немедленно отозвать Помпея с его легионами из Испании!»

Источник: фильм «Спартак». (Диск «коллекционное издание 30», время 0.55.32)

1.9. Табу – чего делать не стоит

С тем, что нужно говорить мы уже частично ознакомились, а чего же не нужно использовать в речи? Какие ошибки наиболее часто допускают выступающие перед аудиторией? Каждый читатель (участник тренинга) получает задание сделать презентацию своей «ошибки» перед аудиторией. Тем самым и материал закрепим в памяти и попрактикуемся выступать публично.



Упражнение назовем **«Табу»**.

1. Не говорите о том, что вы хотели бы быть в другом месте, или же о том, что вас долго упрашивали выступить, а вы не соглашались.

Слушатель может подумать про себя: «Ну и идите туда, куда хотите»; «Если не хотите, то и не выступайте». Не хорошее впечатление у слушателей о вас в начале речи, правда, ведь? Конечно, может сложиться ситуация, когда вам необходимо будет выступить с неприятной вам речью, но жаловаться на это аудитории, все же, не стоит. Никому не интересно слушать о ваших проблемах. Хотя иногда для того, чтобы сгустить краски

можно использовать фразы типа: «Очень не хотелось затрагивать этот вопрос, но приходится...». Каждая фраза и каждое слово в таком случае должны работать на вашу цель. В данном случае вы вызвали у аудитории настороженность и обеспокоенность предстоящей беседой, которая вам неприятна и привлекли тем самым внимание слушателей.

2. Не признавайтесь в том, что вы не готовы. Не извиняйтесь.

Это оскорбительно для аудитории. Если не готовы, то почему выступаете? Никто не хочет тратить время, слушая неподготовленного оратора. Однако эту ошибку совершают многие люди. Почему? Все просто, так они заранее просят прощения у слушателей. Они знают, что не готовы выступить на достойном уровне. Они предполагают, что их речь не будет иметь определенного успеха, и хотят уверить аудиторию, что не являются отвратительными ораторами, а просто не готовы. Извиняющийся думает, что это спасет свой имидж. Вовсе нет. На деле получается, что с самого начала речи оратор начинает выглядеть глупо. Не ждите прощения от аудитории, ей хочется видеть успешного и блестящего оратора. В таком случае, лучше сказать меньше, но без извинений. Помните, что людей интересует ваше мнение по тому или иному вопросу. Заинтересуйте их этим в начале выступления, а не говорите о том, что вы не готовы.

3. Не говорите о том, что вы выступали с подобной речью уже неоднократно.

Даже если вашей аудитории известно об этом, не стоит заострять на этом внимание. Помните, что каждому хочется чувствовать себя единственным и неповторимым. Лучше сделать так, чтобы у людей создалась иллюзия, что речь была подготовлена именно для них. Нет лучше той речи, которая похожа на экспромт и произнесена живо и непринужденно.

4. Избегайте признания, что речь вам написал другой человек.

Люди в аудитории хотят слышать ваши собственные идеи, ваши взгляды, хотят услышать о ваших переживаниях и ваших чувствах. Именно ваши мысли ее интересуют. Если хотите владеть их вниманием, не отнимайте этого у них. Не будьте похожими на ученого глупца.

5. «Табу».

Постарайтесь не затрагивать вопросы, связанные с:

- религиозными предпочтениями;
- национальной принадлежностью;
- политикой (если в этом нет необходимости);
- гендерным признаком (принадлежность к тому или иному полу);
- личной сферой человека (здоровье, возрастные вопросы, деньги...).

Иногда, правда, интересуясь личной сферой слушателей, мы тем самым проявляем внимание к ним, делая им скрытый комплимент. В любом случае, перед тем как что-либо сказать, подумайте, как это воспримет ваша аудитория. Поэтому и говорят, что лучший экспромт - это тот, который подготовлен заранее. Он спланирован, обдуман и потому действенен.

6. Не поднимайте в конце выступления новые проблемы. Рассмотрение в заключительной части новых идей означает, что вы не нашли им применения в основной части выступления. Часто это бывает потому, что выступающий просто забыл сказать о них ранее. Если вы просто назовете вопрос, но не раскроете его суть, слушатели не будут знать, что им с этим делать. И скорее всего, они останутся в недоумении после вашей речи, не приобретя ничего другого. Вместо того, чтобы запомнить самые важные моменты вашего выступления, в памяти у них останутся некие вопросы, которые вы еще не рассмотрели, но затронули в заключительной части своего выступления.

А вот заинтриговать аудиторию темой своей следующей речи можно, если считаете нужным, конечно. Подойдет реплика вроде: «А в следующий раз мы рассмотрим такой интересный вопрос, как...»

7. Не признавайтесь, что забыли что-то сказать.

В этом случае вы будете выглядеть неорганизованным оратором. А если и упомянули об этом, то обязательно раскройте смысл того, о чем забыли рассказать. Советуем начать с фразы: «Еще хочу заметить...», «Также необходимо сказать о...»

8. Не нужно несколько раз заканчивать.

Например: «И наконец... в заключении... и последнее...». Какие мысли возникают при этом? Да когда же ты, наконец, закончишь? Надо ли, чтобы у ваших слушателей возникали такие

мысли, да еще и в конце выступления? Вряд ли. Поэтому давать понять аудитории, что вы заканчиваете, нужно всего один раз.

9. *Не понижайте свой статус.* Не стоит благодарить аудиторию за то, что она нас выслушала. Пример: «Спасибо за то, что вы меня выслушали». Получается, тем самым, слушатели нам сделали одолжение. Этой благодарностью мы занижаем свой статус. Это тенью падет на все слова, которые мы сказали до этого. Мы готовились, старались, столько интересного ей поведали. Это аудитория должна поблагодарить нас за старания. А вот поблагодарить своих слушателей за внимание можно такими словами: «Благодарю за внимание». Именно «благодарю», оно лучше воспринимается, чем банальное «спасибо», которое мы привыкли постоянно слышать (по поводу и без такового).

10. *Не нужно заканчивать выступление словами «это все, что я хотел сказать», или «у меня все».*

Они являются лишними в заключительной части, только потому, что в завершении речи мы говорим только то, что усилит ее эффект. Не стоит рассеивать внимание аудитории и ее память ненужным. Хотя, если вы хотите, чтобы аудитория запомнила именно эти слова, то можете произнести их, причем неоднократно!

Раздел 2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ КОМПОЗИЦИИ РЕЧИ

«Недостаточно овладеть мудростью, необходимо уметь пользоваться ею».

Марк Туллий Цицерон.

Перечень рассматриваемых вопросов:

2.1. Цель основной части композиции речи.

2.2. *Методы изложения материала в основной части выступления.*

Изменение речи супруги царя Леонида с учетом метода «зло и его преодоление». (Кинофильм «300 спартанцев» Время 01.25.40 – 01.27.25)

2.3. *Техника убеждения №1. Начинать с малого и строить постепенно.*

2.4. *Техника убеждения №2. «Требование, затем отказ и отступление».*

2.5. Принцип экономии.

2.6. Картина агитационной речи.

Заседание сената по вопросу восстания Спартака. (Диск «коллекционное издание 30», фильм «Спартак», время 01.56.25).

Анализ и изменение обращения Суворова к отчаявшимся солдатам в Альпах. (Фильм «Суворов», время: 01.31.20 - 01.36.50).

2.7. Методы «психологической аргументации». (Пирамида потребностей Абрахама Маслоу.)

2.8. Мотивация достижения и мотивация избегания.

«Анализ речи на обращение к потребностям – диалог царя Леонида и Ксеркса». (Фильм «300 спартанцев», 00.55.00)

«Методы управления персоналом».

2.9. Картина убеждения собеседника.

«Правила ведения беседы – убедить сотрудника остаться на работе».

2.10. «Психологические уловки». (Фильм «Троя», время 00.07.10, «Давление на чувства»).

«Эмоционально окрашенные слова - ярлычки».

Публичное обращение Нельсона Манделы к персоналу (по фильму «Непокоренный», Время: 00.09.56)

2.11. Правило Гёте.

Классическая игра «Титаник».

Диалог Платона «Федр».

Упражнения для самостоятельной работы.

От природы люди склонны организовывать окружающие их явления и процессы в определенные структуры. Так уж устроено наше мышление и память. Поэтому, для того, чтобы нас понимали, мы обязаны построить наше выступление определенным образом. Великие учителя риторики утверждают, что **«согласие с формой ведет к согласию с содержанием»**. Например, рассказать автобиографию великого оратора, так чтобы было понятно слушателю можно, начиная с его детства, потом рассказать о юности, а после о его зрелом возрасте. И не совсем логично будет излагать моменты автобиографии несвязанные между собой.

Запутанное, сложное, бессистемное, непоследовательное изложение воспринимается с трудом и, как правило, не вызывает большого интереса. [14, стр. 103]

2.1. Цель основной части композиции речи

Как начать свое выступление и закончить его, мы уже знаем. *Цель же основной части речи: последовательно изложить материал, разъяснить выдвинутые положения, доказать их правильность и, если речь агитационная, подвести слушателя к необходимому выводу и подтолкнуть к действиям.* Взаимодействие выступающего и зрителей в этой части композиции речи происходит на так называемом предметно-логическом уровне. Т. е. весь материал должен быть подан логично и понятно, по крайней мере с видимой логичностью. Для того, чтобы мнение говорящего было принято у слушателей не должно возникать лишних вопросов и слушать оратора должно быть легко.

2.2. Методы изложения материала в основной части выступления

Приведенные методы изложения материалов уловные и часто в одной речи используется сразу несколько методов, главное, чтобы изложение информации в процессе вашей речи

было последовательным, логичным и понятным. Повторимся и скажем, что чем понятнее по форме будет предоставленная информация, тем легче с ней согласиться.

1. *«Исторический метод (повествование)»*

При этом методе материал излагается в хронологической последовательности. Описываются и анализируются изменения, которые произошли в том, или ином предмете с течением времени. Благодаря такой хронологической структуре аудитория может легко следить за ходом ваших мыслей.

Примеры:

- «В этом злочном и темном районе города в прошлом году было совершено 15 ограблений, в этом году уже совершено 16 и заметьте это еще не конец года. Если мы ничего не предпримем, то в соответствии с этой ужасающей тенденцией уже в ближайшем будущем получим еще большее количество грабежей в этом районе».

- «Сначала Россией был аннексирован Крымский полуостров, потом введены войска в Донецкую и Луганские области, сейчас расшатывается ситуация в других восточных областях Украины. Ну что Европа, продолжаем «телиться»? Ждите агрессора в гости!»

В этом случае оптимальной была структура подачи материала такая - «прошлое/настоящее/будущее». [14, стр. 155]

2. *«Географический метод (описание)»*

Описание – это речь, как правило, дающая статическую картину. В описании объект (явление) не развиваются. Нет практически никакого движения. Например, описание места происшествия в судебной речи.

Также вы сможете воспользоваться этим методом, когда будете рассказывать о вещах, происходящих в разных местах. Например, рассказ о вашей компании новым сотрудникам можно разделить по этажам (первый, второй, третий...), или филиалам (в Америке, в Европе, в Азии). [14, стр. 156]

3. *«Метод аналогий (сравнение)»*

Метод состоит в сопоставлении различных явлений, событий, фактов. Обычно параллель проводится с тем, что хорошо известно слушателям. Это способствует лучшему пониманию излагаемого

материала, помогает восприятию основных идей, усиливает эмоциональное воздействие на аудиторию.

Особенно равнодушны к этому способу изложения материала преподаватели.

Профессор МГУ Валентин Фердинандович Асмус приводил в своих лекциях по логике такой исторический пример умозаключения по аналогии.

Открытие Галилеем четырех больших планетоподобных спутников у Юпитера позволило подкрепить гипотезу Коперника о центральном положении Солнца и движения вокруг него других планет. Он сравнивал систему спутников Юпитера с Солнечной системой. В обеих системах выявляя общие для них признаки. Это позволило сделать умозаключение по аналогии.

Это один из множества примеров, когда открытие или гипотеза делается по аналогии. Например, планетарная модель атома Эрнеста Резерфорда (1911 г.) появилась вследствие предположения ученого, что электроны в атоме движутся вокруг ядра подобно планетам нашей солнечной системы, обращающихся вокруг солнца.

Используя сравнения и метафоры, можно не только вносить ясность в разговор, но и успешно убеждать.

Схема всегда примерно одинакова:

- а) нахождение подобного факта (примера)
- б) поэтапное выявление схожестей,
- в) вывод.

Пример: «Перед началом второй мировой войны Гитлеровская машина пропаганды убеждала население Германии, что немцев притесняют в соседних странах (Австрия, Польша), сейчас вся мощь российской пропаганды нацелена на то, чтобы убедить граждан своей страны в том, что русских людей притесняют в Украине. Ждите вторжения! Дождались? Ничему-то нас история не учит! Не хотим думать, так легче жить, правда?»

4. «Факт и его последствия (применение)»

Согласно этому методу мы сначала излагаем некий факт или событие, а затем определяем последствия. Такой метод можно использовать в научных докладах, в агитационной речи (например, когда выражаешь неодобрение). Пример: «Руководство компании решило пригласить консультанта по менеджменту. Следуя его советам, были введены новые торговые процедуры и закуплено

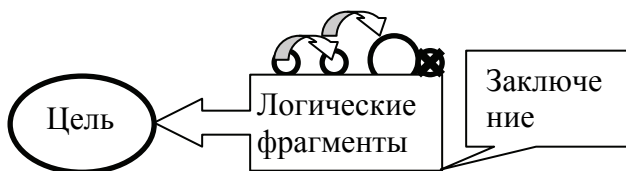
новое программное обеспечение. В результате таких нововведений прибыли компании уменьшились на 10%. Зато консультант получил небывалую выгоду...»

5. «Тематический метод»

Прелесть этого метода в том, что он не имеет строгих правил и может использоваться в любой речи. Вы просто делите тему выступления на логические фрагменты, опираясь на свою интуицию, убеждения и здравый смысл. Предлагаем вам пример вступления речи, где при подаче материала используется тематический метод. «Речь будет идти о факторах, влияющих на убеждение собеседника. Мы поговорим о влиянии темперамента слушателя на процесс убеждения, о таком факторе, как симпатия слушателя к говорящему, а также учтем влияние фактора осведомленности человека на изменение его взгляда». Благодаря тому, что мы озвучили во вступлении вопросы, которые будем поднимать в речи, аудитория может легко следить за нашими рассуждениями. И собственно говоря, с большей охотой будет это делать. Зрителям будет видна общая картина речи, в каждый момент они понимают, на каком этапе находятся и о чем будет идти речь далее.

При этом важно соблюдать, так называемый, второй принцип композиции речи – **«принцип подчиненности»**. Суть его состоит в том, что все логические фрагменты, на которые вы разделили ваше выступление, должны служить главной цели вашей речи, подчиняться ей беспрекословно! «Во всяком сочинении есть известная царствующая мысль, к сей-то мысли должно все относиться. Каждое понятие, каждое слово, каждая буква должны идти к самому концу, иначе они будут введены без причины, они будут излишни, а все излишнее несосно». [10, стр. 20]

Схематически композицию речи можно продемонстрировать таким образом:



б. «Зло и его преодоление»

И вот, пожалуй, самый «сильный» метод изложения задуманного. Суть его кроется в следующем. Вызвать отрицательные эмоции у человека намного легче, чем положительные. Вот, что делает эту модель всемогущей! Все очень просто, вы поднимаете проблему, которая беспокоит слушателей. Тем самым, вы отвечаете на вопрос: «Почему аудитория должна вас слушать?». Внимательный слушатель вам уже обеспечен, потому, как в дальнейшем вы будете говорить о самой аудитории и о проблемах, которые касаются именно её. Дальше вы завоевываете их интерес, пускаясь в решение этих проблем.

Вот исторический пример эффективного использования данного метода в убеждении.

"12 марта 1947 года, перед американским Конгрессом выступил президент Гарри Трумен. Начал он свою речь, со слов, которые вызвали чувство тревоги у слушателей.

Фрагмент речи Трумэна на заседании Конгресса 12 марта 1947 г. - "Доктрина Трумэна".

«Серьезность ситуации, сложившейся сегодня в мире, требует моего выступления перед объединенной сессией Конгресса. Внешняя политика и национальная безопасность нашей страны находятся под угрозой. Один аспект существующей ситуации, которую я представляю Вам сейчас для вашего рассмотрения и вынесения решения, касается Греции и Турции...»

Принятие решений – это многоступенчатый процесс.

Виртуозное использование этого метода заключается в следующих шагах:

1) Первым делом для принятия нужного вам решения слушателям необходимо помочь осознать, что проблема существует и затрагивает каждого в аудитории.

2) Второй шаг оратора – с головой погрузиться в дотошный и беспристрастный анализ ситуации. Здесь важно показать, что сама собой эта проблема не развяжется и со временем ситуация только усугубится.

3) Третий этап приятный. Здесь вы демонстрируете свое решение. Психологически выгоднее дополнительно обозначить несколько альтернативных предложений, и показать

несостоятельность каждой из них. После вы описываете поддерживаемое вами решение, не забывая, о его незначительном недостатке для объективности (+ - ++++). Минусом здесь является небольшой недостаток, который вы сможете упомянуть и который, конечно, не отразится на убедительности вашей речи, точнее сказать, не спугнет слушателя с пути принятия решения нужного вам. Использовать этот минус или нет, зависит от ситуации. Может нужно называть только положительные моменты вашего решения, окончательное решение за вами. А плюсы – это те аргументы, которые вы приводите в подтверждение своей позиции. Здесь работает третий принцип композиции - «**принцип усиления**». Суть его заключается в том, что вес, значимость и убедительность аргументов постоянно нарастают. Самые сильные доводы используются в конце выступления.

4) На четвертом этапе, четко очерчивая преимущества своего решения, вы даете людям понять, что получит каждый из них в том случае, если примет решение предложенное вами. Помогите им представить то хорошее, что их ждет впереди. Ваши аргументы здесь обращены к потребностям слушателя. А так как каждый из нас думает в первую очередь о своей выгоде и удовлетворении желаемого, как говорят «своя рубашка ближе к телу», то вес этих аргументов иногда имеет решающее значение в принятии решения. Более подробно мы расскажем о «психологической аргументации» (аргументах, обращенных к потребностям личности) далее в этой теме.

5) Пятый этап – «мотивация избегания». Проговорите то, чего человек избежит, а не только то, что он приобретет.

7. «Индуктивный метод»

Это метод, при котором материал излагается от частного к общему. Выступающий начинает речь с частного случая, а затем подводит слушателя к обобщениям и выводам. Этот метод нередко используется в агитационных выступлениях. Пример: «Вы выступили блестяще на съезде работников тяжелой промышленности, всем понравилась ваша речь перед работниками нашего завода, вы были убедительны при выступлении перед акционерами. Вы доказали умение отстаивать интересы своих работников. Вопрос ко всем присутствующим: «Не кажется ли

вам, что вы являетесь подходящей кандидатуры на должность председателя профкома?!».

Блестяще использовал индукцию в своих лекциях Петр Францевич Лесгафт [www.rulex.ru/01120270.htm] - анатом и выдающийся педагог (1837 - 1909).

«Вот идет дама с перетянутой талией» - так начинал свое рассуждение ученых. Далее он говорил о неестественном положении ее внутренних органов, затем о следствии этого – неосознанных ощущениях, беспокоящих и раздражающих ее, а затем о ее поведении - капризах и раздражении. И в результате делался вывод: нарушение функции организма человека неблагоприятно отражаются на характере и поведении человека. [14, стр. 110]

8. «Дедуктивный метод»

При этом методе изложение материала происходит от общих положений и правил, к частному и конкретному. Оратор во вступительной части речи выдвигает какое-то положение, а потом разъясняет его смысл на конкретных примерах и фактах. Широкое распространение этот метод получил в выступлениях пропагандистского характера. Пример: «Российская федерация повысила для нашей страны стоимость на энергоносители. Это значит, что подорожает проезд в транспорте, повысится итак высокая квартплата, подорожают все товары народного потребления. Это далеко не полный перечень плачевных последствий для каждого из нас. Вы спросите, что можно противопоставить этому сырьевому монстру? А то же, что и все развитые европейские страны: сильную экономику, платежеспособность и развитие альтернативных источников энергии».

М. В. Ломоносов однажды утверждал: «Напрасно рассуждают, что в теплых краях действием солнца больше дорогих металлов, нежели в холодных родится, ибо по нелживым физическим исследованиям известно, что теплота солнечная до такой глубины в землю не проникает, в которой металлы находятся. И знойная Ливия, металлов лишенная, и студеноя Норвегия, чистое серебро в камнях своих содержащая, противное оному мнению показывают». [14, стр. 109]



9. «Ступенчатый метод»

Метод, при котором происходит последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-то проблему, выступающий больше не возвращается к ней. При этом важно соблюдать первый принцип композиции – **«принцип преемственности»**. Суть принципа состоит в соблюдении логической последовательности между отдельными частями выступления. «Одна мысль должна содержать в себе, так сказать, семя другой, - утверждал М. М. Сперанский. Есть понятия, по естеству своему тесно связанные между собой, но сия связь не для всех и не всегда бывает приметна – надобно открыть, надобно указать путь вниманию, проводить его, иначе оно может заблудиться или прерваться». [14, стр. 33]

Для понятности вашей речи слушателю, необходимо связать отдельные части вашей речи в единое целое. Как это сделать, спросите вы? Для установления логических связей употребляют так называемые «связки». По-науке сказать нужно так - на последовательность развития мысли указывают: специальные *функционально-синтаксические средства* (сначала, прежде всего, потом, во-первых, во-вторых, итак, и т. д.), *возражения* (тем не менее, тем временем, но, тогда как, однако, отнюдь), *причинно-следственные отношения* (таким образом, поэтому, благодаря этому, соответственно этому, вследствие этого, кроме того, вдобавок), *переход от одной мысли к другой* (прежде чем перейти к..., обратимся к..., рассмотрим, остановимся на..., рассмотрим... перейдем к..., необходимо остановиться на..., следует рассмотреть...), *результат, вывод* (итак, значит, сказанное дает возможность сделать вывод, подытоживая, следует сказать...).

Не всегда эти и подобные им слова украшают речь, но они являются своеобразными указателями, которые предупреждают о поворотах мысли автора, информируют об особенностях его творческого пути. [<http://disser.biz/u01.htm>]

10. Рассуждение (размышление).

Рассуждение - это такой тип речи, в котором исследуются предметы или явления, раскрываются их внутренние признаки, доказываются некоторые положения. Вы размышляете на какую-либо тему и вовлекаете тем самым слушателей в процесс речи. Это

«задумчивое размышление», похожее на мысли вслух», повышает интерес к речи выступающего. Часто в стиле размышления произносятся духовные проповеди.

Пример: «Медицинская наука придумывает все новые и новые способы лечения телесных болезней, но наука никогда не сможет придумать средства для лечения человеческого духа. Скажите, что может исцелить раны сердца, пронзенного страхом перед будущим и вечными мучениями? Ничто, кроме утешающего и благодатного евангельского слова. Что может утешить сердце человека, наполненное тревогой перед мыслью о смерти и о Суде Божиим по смерти? Только вера, утешающая каждого кающегося грешника милосердием и всепрощением Божиим». (Метрополит Крутицкий и Коломенский Николай, 1949 г.) [14, стр. 156]



Упражнение. С учетом знания метода «зло и его преодоление» проанализируйте и измените речь супруги спартанского царя Леонида (Фильм «300 спартанцев»), сделав ее более убедительной. Необходимо **произнести измененную речь своими словами** перед аудиторией.

«Члены совета, я к Вам обращаюсь, не только как ваша царица. Я к Вам пришла как мать, я пришла как жена, как женщина Спарты пришла к Вам! Я к Вам пришла, забыв про гордость. Я не представляю здесь Леонида. Его дела звучат громче, чем любое мое слово. Я представляю тех, чей голос не слышен: матерей, дочерей, отцов, сыновей, три сотни семей, страдающих за нас всех. За права, на основе которых создан этот совет.

Мы ведем войну, достойные мужи. Мы должны послать всю спартанскую армию в помощь царю. Чтобы спасти не только себя, но и наше потомство. Пошлите армию ради спасения свободы, ради справедливости, ради порядка и закона, ради здравого смысла. И самое главное, ради сохранения надежды, на то, что царь и его воины не просто исчезнут в глубинах истории. Но их мужество сплотит нас, а их храбрость и нам придаст сил.

И в вашем решении найдет свое отражение их подвиг».

А теперь давайте рассмотрим несколько техник убеждения.

2.3. Техника убеждения №1 «Начинай с малого и строй постепенно».

Леонардо да Винчи говорил: «Легче сопротивляться вначале, чем в конце». Люди стремятся быть последовательными, и стараются поступать в соответствии с тем, что уже сделали или сказали, а также в соответствии с тем, как их воспринимают окружающие. Причина такого поведения в **обязательности быть последовательными**. Обычно последовательность очень высоко ценится в обществе. Именно поэтому, совершив ошибку, мы находим аргументы для ее оправдания. Принцип последовательности можно использовать как один из важных фактов мотивации человека. Стремясь быть последовательным, мы часто действуем даже вопреки своим интересам, ведь наши мысли и действия должны соответствовать ранее принятым решениям. Последовательность предоставляет нам кратчайший путь по решению проблем. Тем самым мы уклоняемся от лишней умственной деятельности. В соответствии с этим принципом лучше начинать с малых мыслей и суждений с которыми можно легко согласиться, а потом последовательно переходить к более глобальным. Из вышесказанного следует, что если мы сможем добиться от противоположной стороны обязательств, косвенно относящихся к нашей теме, то это облегчит нам задачу убеждения. Китайское правило гласит: **«Начинай с малого и строй постепенно»**. Соглашаясь с минимальными требованиями, мы подталкиваем себя к выполнению глобальных требований в соответствии с необходимостью быть последовательными. Заставьте покупателя похвалить товар, и вы его продадите. Незначительные уступки подталкивают к изменению поведения в нужную сторону. [41]

Например, вы планируете захватить соседнюю страну (в которой предварительно уже спровоцировали военный конфликт, направив туда диверсионные группы) и при этом не хотите спровоцировать санкции, направленные против вас со стороны других стран, которые готовы защищать суверенитет своих соседей. Вначале вы говорите о том, что готовы направить *гуманитарную помощь* своим соседям, потом называете это

гуманитарным конвоем, после этого направляете уже просто конвой и все заканчивается военным вторжением.



Упражнение. «Программирование необходимого поведения».

Скажите: «Вы надежный человек, на которого можно положиться», если хотите психологически подтолкнуть человека к соответствующему поведению.

Скажите: «Как понимающий и отзывчивый человек, войдите в наше положение», если вам необходимо от данного собеседника именно это.

Приведите несколько своих примеров: _____



Упражнение. «Пронесение тезиса через речь». Наша цель состоит в том, чтобы заставить согласиться собеседника (аудиторию) с малым, а потом просить уже большее по косвенному (аналогичному) вопросу.

Приведите два собственных примера. Приводите тезисы, от менее категоричных, постепенно переходя к открытому утверждению своей позиции.

Пример цепочки тезисов:

- Ведь согласитесь, что в Украине есть места с чудесной природой...

- У нас существует масса удивительных мест для отдыха, где можно интересно и с пользой для здоровья провести выходные или отпуск, так ведь?..

- Как хотелось бы жить в богатой стране, чьи продукты и услуги пользуются спросом в мире, правда?..

- Наверняка если каждый из нас будет поддерживать отечественного производителя – это даст толчок нашей экономике и будет с нашей стороны очень патриотично, правда?...

- Свой следующий отпуск, поддерживая свою страну, мы патриотично проведем в Украине!

Мы воспринимаем людей через действия. Заставьте человека действовать нужным образом, и это изменит его позиции.

Однажды принятое решение работает и в дальнейшем уже при отсутствии сильных внешних мотивирующих факторов. Что с успехом применяется в продажах, когда продавец, занижая стоимость, вынуждает принять клиента решение о покупке, а после этого вспоминает о дополнительных условиях, что приводит к удорожанию товара, который покупатель внутренне уже готов купить и покупает. Желание быть последовательным берет свое. Подобная тактика (Роберт Чалдини называет ее *«выбрасыванием низкого меча»*) позволяет нам добиваться уступчивости человека. Точек опоры, т. е. положительных внутренних убеждений при этом у собеседника должно быть сформировано как можно больше.

А как же защититься от применения подобной техники в наш адрес? «Глупая последовательность является суеверием недалеких умов» писал Эмерсон. Перед тем, как мы успеваем задуматься о чем-то, у нас возникают чувства – это сигнал из нашего сердца. Сконцентрируйтесь на первом своем впечатлении, и вы сможете выявить эту глупую последовательность и не попасться на нее. Для этого можно просто сказать собеседнику о том, что вы знаете, к чему он все это «ведет». Иногда достаточно просто улыбнуться ему, намекая на то, что его игра разгадана. Также, для того чтобы не купиться на подобную удочку можете проговорить вслух все, что происходит. [41]

2.4. Техника убеждения №2. «Требование, затем отказ и отступление».

При использовании этой техники мы выводим человека из состояния душевного равновесия глобальным, но реально выполнимым требованием, а затем соглашаемся и на менее глобальное, согласие на которое вначале и ожидали получить.

Исследования, проведенные американскими учеными, точно подтверждают, что применение данной техники заставляет охотнее выполнять требуемое, и работает даже в отношении будущих уступок от людей. Это объясняется появлением чувства ответственности за совместное решение (окончательной договоренности) и чувства удовлетворенности из-за того, что

требования в результате были понижены. [41] Например, вы продаете газ определенному субъекту по 340 долл. за тысячу кубов, а хотите повысить стоимость до 400 долл., но как монополист на рынке оглашаете цену в 485 долл. за куб. В процессе переговоров по стоимости на данный энергоресурс, вы делаете уступку и сбрасываете цену до 405 долл., оставаясь удовлетворенным проведенными переговорами, так как добились намеченной цели.

2.5. Принцип экономии

Чрезмерное количество затронутых вопросов утомляет слушателей и лишает возможности глубоко рассмотреть все затронутое. А сколько же вопросов стоит затронуть оратору в своем выступлении? Сколько смысловых фрагментов должна содержать основная часть выступления? Рекомендуется предлагать вниманию аудитории не более трех вопросов. Выполнить свою задачу оратор должен уметь наиболее простым, рациональным способом, с минимальной затратой усилий, времени и речевых средств. Этого требует **четвертый принцип** построения публичной речи, так называемый **«принцип экономии»**. [10, стр. 281] Смотрите не переубедите аудиторию! Всё хорошо в меру! Можете, конечно, затронуть пять и шесть вопросов и даже семь, но больше аудитория уже вряд ли будет слушать и уж точно не запомнит.

Придерживаясь следующих постулатов, вы сможете существенно повысить эффективность своих слов:

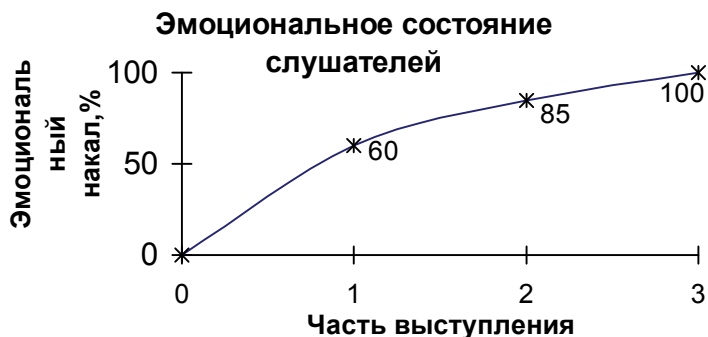
1. Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется.

2. Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Следует помнить, что интересные и захватывающие речи – это, прежде всего, результат тщательно продуманного плана, удачного построения речи и усердной подготовки. И мы не раз уже подчеркивали, что лучший экспромт, это тот, который тщательно спланирован.

2.6. Картина агитационной речи

Мы рассмотрели основные этапы публичного выступления. Большинство речей в нашей жизни – это речи агитационные, то есть такие при произнесении которых мы воздействуем на убеждения слушателей, а не просто информируем о чем-то. В ходе агитационной речи эмоциональный накал у слушателя возрастает. Максимальный эмоциональный накал у слушателя в заключении речи. Условный график эмоционального состояния аудитории на различных этапах агитационного выступления схематически можно изобразить так:



Во вступлении речи к говорящему приковано максимальное внимание, а переживания, как правило, практически на нуле, постепенно своими словами оратор влияет на эмоциональное состояние аудитории и в заключении с использованием разнообразных речевых средств усиливает эффект речи, добиваясь максимального волнения слушателей.



Упражнение. Предлагаем перенестись мысленно на территорию нынешней Италии, на 2000 лет назад, в Древний Рим. Мы сейчас станем свидетелями заседания римского сената по вопросу восстания Спартака. **Примите участие в обсуждении этого вопроса.** Ознакомившись с приведенными ниже мнениями, произнесите свою речь перед сенатом. Независимо от вашего мнения, речь должна быть убедительной.

Речь одного из сенаторов: «Эти рабы уже обошлись нам в несколько миллионов сестерций. Если они сами хотят избавиться нас от своего нежелательного присутствия – пусть уходят!»

Юлий Цезарь: «Это невозможно! Они уже взбудоражили половину Италии. Если мы разрешим им уйти, их примеру последует вся империя!»

Грахх: «Республика ослаблена после двадцати лет гражданской войны. Мы уже ведем две войны, в Испании и в Азии. Пираты отрезали от нас Египет с его зерном, а Спартак рыскает по всей Южной Италии. Больше половины Рима осталось без хлеба, жители близки к панике. Мы должны немедленно сделать две вещи: провозгласить Цезаря командующим гарнизоном и послать два гарнизона в Метапонтум, чтобы стереть с лица земли Спартака». (Фильм «Спартак», время 01.56.25).

Ваша речь: _____



Упражнение. Ознакомьтесь с речью великого полководца Суворова, которую он произнес перед своими отчаявшимися солдатами в Альпах. Попробуйте улучшить её. (Фильм «Суворов», время: 1.31.20 - 1.36.50). Используйте метод изложения материала «зло и его преодоление» и методы привлечения и удержания внимания слушателей. Вот как все было!

«Суворов. Все?

Один из солдат. Все, ваше сиятельство

Суворов. А где кавалер Агнев?

Один из солдат. Преставился!

Суворов. А Прохоров?

Один из солдат. Кончился поутру! Застыл.

Суворов. Вечная память богатырям! Великие были герои, помню с Измаила. Слава их не умрет вовеки! А нам эту славу и впредь нести беспорочно. Ну что ж, старики, высоко мы с вами залетели? Повыше туч. Сюда, поди, и ворон костей не заносил. А, Платоныч?

Платоныч. Много наших костей по дорогам осталось, ваше сиятельство!

Суворов. Тяжело, старики, знаю!

Платоныч. По одному заряду на ружье.

Один из солдат. Последний сухарь поделили! Кабачок только во сне снится.

Суворов. Трудно! Когда взяли мы Измаил, помню, писал я матушке императрице: «На такой штурм, ваше величество, могу решиться лишь один раз в жизни!» Помилуй бог, теперь вижу, что бывает и потруднее. Ну что ж, старики, выше головы, на нас молодые смотрят, их учить надо. Пойдем вперед, было бы куда! Ну, смерть нам не страшна, она нас боится! Так, то, Давдеич?

Давдеич. Идти то, вроде, некуда, ваше сиятельство.

Суворов. Когда ж это было, чтоб нам идти некуда. Смотрите, вон недалече горная щель. Проход узкий и там пушки французские. А ты не бойся, у нас на пушки управа скорая. Князь Петра с егерями в обход и сверху. А тут и мы подоспеем. А далее под огнем вражеским к мосту на штурм.

Давдеич. На чертов мост?

Суворов. Верно. Шестьдесят шагов в длину, семь в ширину. Вот только вниз смотреть не моги. Верста без малого. Пройдем мост, пробьемся. Выйдем французу в тыл на зеленую равнину, а там слева, да солнцем в поле.

Есть другой путь. Сжечь знамена, сорвать кресты, стать на колени перед басурманами. Что ж молчите, господа кавалеры? Или вы не дети мне боле и я не отец вам? Что ж, коли так, похороните здесь нашу славу, только вместе со мной! Седины свои позору не отдам. Сдаваться не стану. Ройте мне могилу! Похороните меня здесь!...»

2.7. Методы психологической аргументации

Убедительность любой речи зависит от весомости наших доводов (аргументов). Аргументы могут воздействовать как на логику слушателя, так и на его эмоции. Одним из сильнейших способов убеждения, является психологическая аргументация, при которой аргументы воздействуют на эмоции слушателя, через обращение к его потребностям. Психологическая аргументация ориентирована на потребности человека, на то, в чем он нуждается. Известный психолог Абрахам Маслоу создал иерархию потребностей, так называемую «пирамиду потребностей» (См. Рисунок 3.1)



Рисунок 3.1 – Пирамида потребностей Абрахама Маслоу.

1) Физиологические потребности (необходимость в питании, воде, сне, одежде, жилье).

Примеры:

- «Не послушаешься, можешь лишиться крыши над головой».

- «А за это получаешь квартиру».

2) Потребность в защищенности и безопасности (безопасность жизни и здоровья, стремление к свободе и неприкосновенности личности, необходимость в уверенности в будущем).

Примеры:

- «Не сделаете так, как нужно, ожидайте серьезных неприятностей».

- «Сделаете как нужно, будете всегда под нашей защитой».

3) Социальная потребность (потребность в общении, в контактах и коммуникации. Принадлежность к какой-либо группе).

Примеры:

- «Сделаем так, что от вас все отвернутся».

- «Примем в наш круг общения».

4) Потребность в престиже и уважении (доминирование в чем-либо, сознание собственной значимости, признание нас другими, одобрение со стороны, материальное благополучие).

Примеры:

- «За это получите достойное вознаграждение».

- «Предлагаю за такую провинность публично огласить ему выговор».

5) Потребность самовыражения (возможность творить, потребность в достижениях, желание быть действенным, любознательность).

Например: - «Работа в том отделе намного разнообразнее и интереснее»; - «У тебя там не будет возможности профессионально развиваться».

Основная идея творения А. Маслоу состоит в том, что мы удовлетворяем свои потребности в порядке следования от более низших уровней (физиологические потребности) к высшим (потребность самовыражения). Как правило, пока человек думает о том, где раздобыть кусок хлеба, он не задумывается о том, какую книгу написать (потребность более высшего уровня).

У каждого человека, в той или иной ситуации, доминируют различные потребности. Поэтому, планируя обратиться к потребностям человека и тем самым пытаясь убедить его, вы должны учесть ситуацию, в которой находитесь, темперамент собеседника, его вкусы и предпочтения. Вот отрывок из известного детского кинофильма «гостя из будущего». Здесь мы можем увидеть убеждение через использование обращения к потребности человека в совершении чего-то значимого.

«Ребята, кто хочет охранять Филю? (*Тишина*)

- Ребята, повторяю, кто хочет охранять миалафон, из-за которого может начаться космическая война?

- Ну ладно, я пойду!»

2.8. Мотивация достижения и мотивация избегания

В качестве аргумента можно использовать не только то, что человек получит (мотивация достижения), если с вами согласится, но и то, чего он избежит (мотивация избегания). Эффект ваших слов зависит от искусного использования методов этой «психологической аргументации».



Упражнение. Сейчас мы перенесемся в древнюю Грецию и станем свидетелями диалога спартанского царя Леонида и персидского владыки Ксеркса. Мы посмотрим, воздействуя на какие потребности, Ксеркс пытается отговорить своего противника от сопротивления. (Фильм «300 спартанцев», 00.55)

Леонид: «Сейчас угадаю, ты видимо Ксеркс».

Ксеркс: «Довольно Леонид, давай рассудим вместе. Представь, каким безумием, какой достойной сожаления потерей, стала бы твоя, храбрый царь и твоих доблестных воинов погибель. А ведь мы могли бы друг друга обогатить культурой, которой обладают наши народы».

Леонид: «Мы сегодня все утро обогащали твоих воинов культурой».

Ксеркс: «До чего вы удивительное племя! Ты ведешь себя вызывающе, а ведь смотришь в глаза смерти в присутствии бога. Идти против меня неразумно, Леонид. Представь, что ждет моих врагов, если во имя победы я с радостью убью любого из своих людей».

Леонид: «А я готов отдать жизнь за любого из своих».

Ксеркс: «Вы греки хвалитесь своей логикой. Советую тебе вспомнить о ней. Взгляни на прекрасную землю, которую ты столь яростно защищаешь. Она обратится в пепел по моей прихоти. Подумай о судьбе ваших женщин».

Леонид: «Наших женщин ты совсем не знаешь. Я мог бы взять их в свое войско, судя по тому, что тут увидел. У тебя много рабов Ксеркс, но мало воинов. Скоро они будут бояться моих копий гораздо больше, чем твоих кнутов».

Ксеркс: «Да не кнута они боятся, а моей божественной силы. Но я щедрый бог. Я могу сделать тебя безмерно богатым. Я

поставлю тебя надо всеми в Греции. Ты понесешь мое боевое знамя в самое сердце Европы. Твои соперники афиняне преклонят колени пред тобой. Если ты предо мной их преклонишь».

Леонид: «Твоя щедрость божественна, как и твой лик, царь царей. Таким предложением может пренебречь только безумец. Но, видишь ли, сама мысль о том, чтобы преклонить колени... Пока мы кололи твоих солдат, у меня страшно затекла нога, и теперь болит, так что, колени мне преклонять трудно».

Ксеркс: «Ты не обретишь славы своей глупой жертвой. Я уберу из истории все упоминания о Спарте и ее воинах. Даже маленький клочок пергамента будет сожжен. Всем греческим историкам, всем писцам, всем до единого вырвут языки и выколют глаза. Одно лишь название, прозвучавшее в разговоре, будет означать смертный приговор. Мир забудет о том, что Леонид существовал».

Леонид: «Мир будет помнить, что свободные люди пошли против тирана, что горстка пошла против войска. Эта битва еще не будет кончена, как мир увидит, что даже ты смертен».



Упражнение. Вернувшись из античности в наше время, мы попробуем определить, к какому уровню потребностей обращены **методы управления персоналом**. С этой целью ниже приведены «методы нематериальной мотивации работников»:

- награждение почетной грамотой;
- назначение на руководящую должность;
- публичная критика;
- индивидуальное и интересное задание;
- размещение на доске почета соответствующей информации;
- благодарность руководства.

2.9. Картина убеждения собеседника

Хотите стать искусным переговорщиком или необходимо кого-либо в чем-то убедить, придерживайтесь определенного алгоритма действий:

1. Сформулируйте конкретные **цели**.

Чем конкретнее сформулирована цель, тем больше определенности в дальнейших шагах. Ответьте себе на вопрос: «В чем заключается идеальное решение поставленной проблемы в комплексе?» Поставьте себе цель максимум, к чему будете стремиться и цель минимум, с которой сможете смириться, дав уступку собеседнику в соответствии с техникой *«требование, затем отказ и отступление»*. Продумайте заранее от каких аспектов идеального решения можно отказаться).

Пример: Вы устраиваетесь на работу. Вами заинтересовались и пригласили вас на собеседование. Если вам удалось на собеседовании подтвердить свою квалификацию, можете повысить ставки и сказать, что вы готовы работать за 1000 долл., а потом немного уступить и согласиться на 900 долл., тем самым проявить себя как человека готового идти навстречу.

2. По возможности, разузнайте все об **оппоненте**.

Оцените его недостатки и особенно достоинства, уровень его профессионализма, образованности, культуры, коварство его характера и т. п.

3. Составьте **план** беседы.

Самые бледные чернила, ярче самой хорошей памяти. Составленный план позволит вам со стороны посмотреть на свою позицию и оценить силу имеющихся аргументов.

4. Предугадайте **наихудшее**.

В том случае, если вы переживаете и беспокоитесь по поводу последствий - настройте себя на самое худшее, даже на некорректное поведение вашего оппонента. Поймите, что ничего критичного для вашей жизни не произойдет. Волнение и беспокойство с этим уйдет. Не стоит, однако, при этом ни в коем случае переоценивать ситуацию и придавать ей статус важности.

5. Выберите подходящее **время и место**.

Чтобы ничего не мешало, не отвлекало, и максимально способствовало целям разговора.

6. Привлеките **внимание** и добейтесь атмосферы взаимного **доверия**.

Подумайте, как связать ваш вопрос с проблемами собеседника. Найдите, что его может его заинтересовать в вашем предложении. На этом этапе стоит вспомнить о пирамиде

потребностей А. Маслоу и подумать о том, на какую потребность собеседника вы можете повлиять.

7. Не принижайте **свой статус**.

Следует избегать извинений без должных на то причин и проявлений признаков неуверенности. Говоря в пустоту, когда вас не слушают, вы также снижаете ваш статус. Поэтому специалисты по взысканию долгов (коллекторы) не употребляют в работе такие слова и обороты: не знаю; извините за беспокойство; простите; не могли бы вы и т. п.

8. Не принижайте **статус собеседника**.

Любое проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику принижает его статус и вызывает у него негативную реакцию.

9. Проявите **эмпатию**.

Прочувствуйте состояние и настроение другого человека. Лучше поймите собеседника, представьте ход его мыслей.

10. Будьте хорошим **слушателем**.

Внимательный слушатель располагает к себе собеседника.

11. **Не обнажайте силу своих намерений**, не проявляйте нужду. Как только ваш оппонент поймет, что вам что-то очень нужно, сразу же повышается стоимость этого «чего-то» и, соответственно, повышается цена за желаемое.

12. Следите за **микой, жестами и позой** вашего собеседника. Далеко не всегда собеседники думают то, что говорят. Как показывают исследования, около 80% невербальных знаков (мика и жесты) мы способны истолковывать верно и без изучения курса невербального общения.

13. Проверяйте, **правильно ли вы понимаете** друг друга?

Во многих случаях спорящие просто по разному понимают предмет спора. Используйте уточняющие вопросы или предлагайте свои варианты ответа. Примеры: «А кто именно это сказал?» или «Об этом говорил генеральный директор?»

14. Применяйте **правило Сократа**.

Желая переубедить собеседника, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, с чем вы согласны с оппонентом, или с чем внутренне согласен ваш собеседник. Хорошо если вначале он согласится, хотя бы с чем-то незначительным. **Но, ни в коем случае, не стоит вытягивать из человека слово «Да» (это выглядит**

наигранно и подозрительно). В процессе дискуссии, даже когда вам не с чем согласиться, скажите, что вы поняли его точку зрения. Положительная реакция приводит к выделению в кровь эндорфинов - гормонов счастья. Это благоприятно настраивает собеседника.

Например, предлагая выпускникам приобрести виньетку, можно начать с таких слов: «Добрый день. Вы одиннадцатый класс и в этом году у вас выпускной. Это удивительный момент и наверняка каждому хотелось бы, чтобы память о нем осталась надолго...»

Тренинг для торговых представителей можно начать такими словами: «Вы являетесь командой торговых представителей. Вы проводите переговоры с потенциальными клиентами о приобретении продукции вашей компании. Вот было бы хорошо, если бы клиенты всегда сами приходили к вам с желанием купить, правда? На тренинге мы рассмотрим некоторые способы того, как заинтересовать ваших потенциальных покупателей.

Приведем шуточный диалог, демонстрирующий, что согласие легче получить от человека в том случае, когда он до этого, был ранее уже с чем-то согласен:

Леся: Тебе нравится, как я готовлю?

Рома: Да.

Леся: А тебе нравится моя новая прическа?

Рома: Да.

Леся: А мое новое платье тебе нравится?

Рома: Да.

Леся: А ты меня любишь?

Рома: Да. Ой, нет.

15. Избегайте **конфликтогенов.**

Конфликтогены, это такие слова, которые вызывают негативные эмоции и могут привести к конфликту. Пример: но, нет, Я, другая точка зрения, всегда, никогда, все, никто, везде, нигде и т. п. Недаром одно из правил работы коллекторов говорит о том, что при общении с должником нельзя использовать частицы слов: но, однако и ну. Также, выясняя причину чего-либо, нежелательно начинать фразу со слова «Почему?». Использование данного слова невольно ставит под сомнение слова говорящего, что, конечно же, воспринимается негативно и приводит к возникновению конфликтной ситуации.

16. Найдите способ **повысить свой статус и улучшить имидж.**

Убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего. Высокое должностное или социальное положение, выдающиеся успехи в какой-то области, образованность, признание окружающих, поднимают статус человека, а вместе с ним и вес его аргументов.

17. Пользуйтесь методом Гомера.

Очерёдность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок **аргументов: сильный – средний - самый сильный.**

В каждом случае аргументы должны соотноситься с потребностями собеседника. Используйте фразы перевода аргументов (свойств товара) на язык собеседника (клиента):

- это означает, что вы получаете...;
- это позволит вам...;
- это даст вам возможность...;
- таким образом, вы сможете...;



Упражнение. «Аргумент – выгода».

Попробуйте продать какой-нибудь предмет. Проговорите свои аргументы, а после связующей фразы скажите, какую выгоду получит от этого собеседник.

Аргумент	Выгода

18. При отсутствии сильных доказательств можно использовать **принцип Квинтилиана, согласно которому несильные аргументы подкрепляют друг друга. Лишенные значения качественно, они убедительны количеством, тем, что все подтверждают одно и то же обстоятельство.**

19. Помните и не нарушайте правило Паскаля.

Не загоняйте собеседника в угол. Дайте ему **«сохранить лицо»**. Не вытягивайте из собеседника признания. Чувствуете, что убедили – остановитесь. Слова Паскаля: «Ничто так не разоружает, как условия почетной капитуляции».

20. Укажите на **выгоду другой стороны**.

Покажите, что предлагаемое вами удовлетворяет потребности собеседника. Используйте методы «психологической аргументации», т. е. обращайтесь к его потребностям. Таким образом, мы думаем о потребностях, как начиная разговор, так и заканчивая его. Повторимся и еще раз акцентируем внимание на том, что именно потребности человека являются зачастую самым сильным аргументом. Так, вести переговоры с другой страной будет намного легче, если мы предложим солидную должность бывшему президенту этой страны в компании, которая принадлежит нам. Например, предложим бывшему канцлеру Германии Герхарду Шредеру пост председателя комитета акционеров компании по строительству Северо-Европейского газопровода. (ОАО «Газпром», Россия)

21. **Эффектно заканчивайте свою речь**.

Если уместно, то используйте лозунг или призыв к действию. Предложите сделать что-то незначительное прямо сейчас.

22. Не нарушайте **закон края**.

Фиксируйте полученную информацию и прекращайте беседу сразу после достижения намеченной цели.

23. Проанализируйте и спланируйте дальнейшие действия.

Подумайте, какие пункты из вышеприведенных, вы нарушали? [40]

Человеческая природа такова, что возникшие мысли, подкрепляясь различными фактами, становятся нашими взглядами. А взгляды, произнесенные вслух, превращаются в убеждения, вот их-то изменить сложнее всего. Теперь, познакомившись с некоторыми этапами для убеждения слушателя и последовательностью подготовки к переговорам, предлагаем применять их на практике.



Упражнение. «Проявляйте интерес и заботу к собеседнику». Для этого, стоит всего лишь задавать правильные вопросы: «Доставили ли вам товар?»; «Вовремя ли доставили?»; «Как смотрится?»;... Приведите свои два примера вопросов, когда собеседник (клиент) вынужден будет похвалить вас, вашу компанию, коллег или товар:

- 1) _____
- 2) _____



Упражнение. Поставьте себя на место директора крупной компании. Ситуация такова, один из ваших ценных сотрудников собирается уйти от вас на более высокооплачиваемую работу (с заработной платой в 1,5 раза выше). Ваша компания государственная – и больше денег вы ему платить не сможете. Ваша задача, произнести речь, используя как можно больше связей с потребностями этого сотрудника, **убедив его остаться на теперешней работе.**

2.10. Психологические уловки

В вопросе убеждения есть следующее мнение: «В мире есть только один способ заставить кого-то что-либо сделать. Задумывались ли мы когда-нибудь над этим? Да, именно один способ. Он состоит в том, чтобы заставить другого человека захотеть это сделать. Помните, другого способа не существует!». [24, стр. 263] Надо заметить, что здесь говорится о ситуации, предполагающей равенство позиций собеседников, а также не учитывается ситуация обмана, которую используют даже политические фигуры самого высокого уровня.

Существуют ли ещё средства, кроме уже знакомых нам, которые могут сделать нашу речь более убедительной? Назовем их психологическими уловками (автор одного из учебников риторики Н. Н. Кохтев называет их **«аргументами к человеку»**). [21] Эти «невидимые аргументы» воздействуют на психику человека порой сильнее всякого логичного доказательства.

1. *«Как все, модно»* (Все это делают и ты тоже должен)

В качестве примера приведем слова великого царя Агамемнона, под чьими знаменами сражался величайший из воинов Ахиллес. Агамемнон пришел покорять Фессалию и в ответ на реплику здешнего царя: «За тебя биться мои воины не будут», ответил: «Тоже мне лисиняне говорили, и аркадианцы, и ерепейцы. Теперь они все служат мне». (Фильм «Троя»)

Сейчас, например, даже стало неписанным правилом в диссертации вместо "я" использовать "мы", учитывая то, что выражение субъекта авторства как формального коллектива придает больше объективизма изложенному. В самом деле, выражение авторства через "мы" дает возможность отобразить собственную мысль как мысль определенной группы людей, научной школы или научного направления. И это понятно, поскольку современную науку характеризуют такие тенденции, как интеграция, коллективность творчества, комплексный подход к решению проблем. Местоимение "мы" и его производные отражают эти тенденции и выглядят куда объективнее чем «Я». [<http://disser.biz/u01.htm>]

Уолтер Липпман: «Истина – это мы. Там, где все думают одинаково, никто не думает слишком много».

Принцип социального доказательства гласит: «Чем большее число людей находят данную идею верной, тем более верной будет считаться эта идея». Примеры использования принципа социального доказательства: «Уже не только вся Украина, но и весь мир понял, что дело против Юлии Тимошенко сфабриковано» - Александр Турчинов; «Уже весь мир понимает, что Россия начала войну в Европе и спрятать это не удастся» - премьер-министр Украины Арсений Яценюк (в интервью от 28.08.2014).

Психологические исследования подтверждают, что использование фонограмм смеха в юмористических программах заставляет нас смеяться дольше и чаще и расценивать услышанное как более смешное. Таким образом, налицо **принцип социального доказательства**, в соответствии с которым мы определяем, что является правильным, выясняя, что считают правильным другие люди. В большинстве случаев мы делаем меньше ошибок, если действуем в соответствии с социальными нормами. Однако, нашу склонность считать, что действие является правильным, если его

совершают другие эксплуатируется в самых разных ситуациях. Примеры: «Мы давно все понимаем, что...»; «Как все мы понимаем...»; «Уже все говорят о том, что...» и т. д. Нужно учесть тот, факт, что в основании подобных мнений могут лежать не достоверные факты, а принцип социального доказательства. Здесь то, нам и понадобится наше критическое мышление, чтобы не попасть в ловушку. Роберт Чалдини в книге «Психология влияния» приводит данные о том, что **95%** людей являются имитаторами (которые готовы слепо повторять за окружающими), и только **5%** - инициаторами (готовые мыслить критично не взирая на мнения окружающих).

Когда мы неуверенны в себе, мы более подвержены к влиянию извне, склонны оглядываться на поведение других и признавать их действия или бездействие правильными, здесь имеет место так называемый феномен плюралистического невежества. Неуверенность – правая рука принципа социального доказательства и в большей мере, если эти другие, на кого мы оглядываемся, похожи на нас самих. Фактор сходства здесь имеет огромное значение. Родство порождает симпатию и приводит к подражанию и уступчивости. Образ действий, похожих на нас членов общества, чрезвычайно сильно влияет на наше собственное поведение. [41]

1. *«Ссылка на авторитеты»*. Приведение мнений экспертов или авторитетных лиц прямым образом сказывается на убедительности слов говорящего. Стереотипы – это орудия психологического влияния. **«Если говорит авторитет, значит это правильно»** - является одним из таких стереотипов. Важно задеть чувства человека и тогда вы сможете добиться уступчивости. Более подробно остановимся на этом в разделе «Спор и дебаты». Пример: «Владимир Путин предположил, что российские десантники пересекли украино-российскую границу по ошибке, случайно».

2. *«Излучайте оптимизм»*. Уловка заключается в отражении только положительных сторон (выгодных фактов), об отрицательных же, умалчивается.

3. *«Игра на чувствах – апелляция к публике»*. Апелляция к чувству долга, чести,...

Проанализируйте, как Ахиллеса уговаривает сразиться советник царя Агамемнона. Ахиллес (по фильму «Троя») в знак

протеста на обидные слова царя: «Тебя бы высечь за такую дерзость!», готов был уйти с поля боя. Мудрый советник подошел к великому воину и произнес такие слова: «Ахиллес! Посмотри перед собой! Ты можешь сотни воинов спасти, ты можешь закончить эту войну одним взмахом своего меча. Дай им вернуться домой к женам!». (Фильм «Троя», время: 00.07.10)

Убедительно? К чему были обращены слова советника к разуму или к сердцу?

Вообще, надо сказать, что любая манипулятивная техника связана с появлением у человека каких-либо эмоций. Американские всемирно известные профессора в области убеждения Элиот Аронсон и Антони Практалис объединили манипуляции одним выражением - ловушка рационализации. Эта западня действует следующим образом. Сначала пропагандист преднамеренно пробуждает у человека ощущение диссонанса, угрожая его чувству собственного достоинства, - например, заставляя испытывать вину за что-то, пробуждая стыд или ощущение неполноценности, ставя его в положение лицемера или человека, не держащего слово и т. п. Затем пропагандист, в качестве способа снижения этого диссонанса предлагает решение, в виде согласия с любым требованием, которое он имеет в виду. Этот способ уменьшить вину, устранить стыд, соблюсти обязательство и восстановить ощущение полноценности заключается в том, чтобы сделать взнос в пользу данного благотворительного учреждения, купить именно этот автомобиль, ненавидеть именно этого врага или голосовать именно за этого лидера и т. д.. [27, стр. 45]

4. «Вдалбливание - повторение»

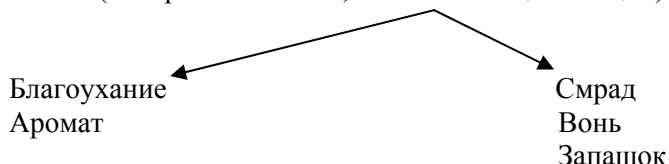
Способ повторения по несколько раз одного и того же относится к уловкам внушения. Наиболее искусные ораторы приводят довод каждый раз в различной форме, но мысль одна и та же. Это действует как механическое «вдалбливание в голову». «Что скажут народу трижды, тому верит народ».

Одну и ту же информацию, которую человек слышит более чем от трех лиц, он склонен воспринимать как правдивую. Используйте данный метод и будьте настойчивы в достижении поставленных целей.

5. «Эмоционально окрашенные слова - ярлычки»

Из общей массы нейтральных слов выделяются две группы эмоционально-экспрессивной лексики. Использование слов, вызывающих определённые эмоции позволяют речь сделать и интереснее и убедительнее. Эмоции, которые вызывают эти слова, могут быть как положительные, так и отрицательные.

Пример: Запах (нейтральное слово, не вызывающее эмоций)



5. «Потому что».

Согласно одному известному принципу человеческого поведения, когда мы просим кого-нибудь сделать нам одолжение, мы добиваемся большего успеха, если представляем причину. Людям нравится иметь причины для того, что они делают. Экспериментально это подтвердила гарвардский социальный психолог Эллен Лангер (Langer, Blank, & Charnowitz, 1978). Включать «поведение уступчивости», когда вы просите о чем-то, позволит упоминание о причине, а точнее использование слов «потому, что». [41]

6. «Дорогое, значит хорошее».

На лицо еще один стереотип: **«хорошее, дешевым не бывает».**

Часто стереотипное поведение превалирует, т. к. оно экономит время. Склонность к упрощенному мышлению – очень важна и обычно применяется, когда у нас нет времени на обдумывание информации.

Противоположный стереотип: «Самое дешевое не может быть качественным».

Например, в продажах, скидки всегда работают временно, и надолго их оставлять не стоит. Они функционируют как всплеск, как метод привлечения клиентов.

7. «Объективность»

Обрисовывая ситуацию только с одной стороны и, говоря только о положительных моментах (как советовалось в уловке «излучайте оптимизм»), мы можем вызвать подозрения у аудитории. Могут возникнуть сомнения: «А правду ли говорит рассказчик? Неужели бывает все так хорошо?». Поэтому на фоне наших положительных сторон можете указать незначительный минус. Эта небольшая пометка призвана только увеличить доверие к вам, но, ни в коей мере, не приуменьшить ваши слова.



Упражнение «Доверие клиентов. Метод объективности».

Открытость повышает доверие. Например, если вам будут доверять люди, в продажах вы сможете больше заработать. Как акцентировать внимание людей на Вашей откровенности и тем самым повысить их кредит доверия? Рассуждая вслух, вы прокомментируете то, что думаете о ситуации. Кажущаяся объективность, когда взвешиваются и за и против, будет вашим козырем.

Примеры фраз: «Кто вам еще скажет правду, как есть на самом деле...»; «Мы всегда открыто говорим, что...»; «Говоря честно мне и самому кажется...», «Правда состоит в том, что здесь все-таки есть небольшое преувеличение...», «Кто еще вам скажет, что производитель здесь немного лукавит...» и т. п. Вы можете сказать клиенту: «Считаю, что этот продукт поможет вам, есть, однако, определенные риски, поэтому, чтобы не строить воздушные замки, давайте подумаем, как этих рисков избежать».

Собственные примеры: _____



Упражнение. Прочитайте слова, и распределите их на группы с положительной и отрицательной эмоциональной окраской.

Похождения, подвиги, преступления, деяги, труженики, расправляться, ограбление, единомышленник, связаться,

безобразный, сборище, нашествие, соучастник, содружество, проделки.

Отличный, заявила в кулуарах, прекрасный, гадкий, отвратительный, превосходный, наглый, чудесный, громкие заявления, изумительный, роскошный, противный, великолепный, скверный, нахальный. [10, стр. 108]



Упражнение. Проанализируйте и прокомментируйте публичное обращение Нельсона Манделы к персоналу (из фильма «Непокоренный», Время: 00.09.56).

«Доброе утро всем. Как вам это утро? Рад Вас видеть. Спасибо, что пришли на это маленькое собрание. Некоторым из вас известно кто я. **Я не собираюсь разгонять вас и заменять вас** новыми людьми в своё первое утро на этой должности, и все останутся при местах, но **если вы хотите уйти**, то это ваше право. А если в вашем сердце есть сомнение, или претензии к новому правительству, то **вы должны будете уйти отсюда**. Но если вы думаете, что **вам надо уйти** из-за вашего языка или цвета кожи, то, что так раздражало прежнее правительство, то я хочу сказать, что у меня нет предпочтений. Кто белый, кто черный. Прошлое есть прошлое. С этого дня мы идем в будущее и нам нужна ваша помощь. Мы просим вашей помощи. И **если вы хотите остаться**, то вы будете служить своей стране. Все чего я от вас прошу, так это чтобы вы выполняли свою работу на пределе способностей и с искренним сердцем. Я обещаю, что буду делать тоже. Если мы с этим справимся, то сделаем из нашей страны сияющую звезду».

Проследите, сколько раз чередовались здесь негативные моменты упоминания об увольнении с обращением к положительным чувствам слушателей. На лицо популярный метод «кнута и пряника», который применяется в управлении подчиненными. Особенность этого фрагмента в том, что это «психологическое раскачивание» применяется в одной речи, а не разделено во времени, как это бывает обычно.

2.11. Правило Гёте

Профессиональные спичрайтеры определенно следуют заветам великого Гете: **"Каждое произнесенное слово вызывает**

противоположные мысли". Это означает, что, когда вы высказываете одну точку зрения, люди рефлекторно обдумывают противоположную.

Таким образом, логичным является вывод, что речь, в которой не поднимаются противоположные основной теме идеи, обречена на провал, так как не совпадает с мыслями слушателей. В таком случае предчувствуйте это! Покажите, что понимаете противоположную точку зрения лучше, чем сами слушатели, и объясните, почему ваши основные аргументы все же важнее.



Упражнение. Масса жизненных ситуаций заставляет нас планировать разговор и быть убедительным. Сейчас предлагаем вам **классическую игру «Титаник».** Ситуация такова. Корабль-великан «Титаник» тонет. Вокруг ледяная вода и смерть. Осталась одна последняя шлюпка на двоих человек. Ваша задача убедить матроса (в зависимости от своей роли), взять в шлюпку именно вас. Используйте психологическую аргументацию и воздействуйте на потребности матроса. Условие игры таково, что убедить его взять вас вы можете только словом. Задача же матроса состоит в том, чтобы определить, чьи аргументы были наиболее убедительными и почему.

Выберите себе роль (ясновидящая, писатель, известная певица, капитан, вор, лауреат нобелевской премии, спортсмен, бизнесмен, врач, священник, матрос, актриса) и убеждайте.



Упражнение. **Проанализируйте пример убеждения.**
«Вместе мы сможем выбраться и выжить в океане. В юности я прошел школу выживания и знаю, как остаться в живых. Уверю тебя, мы доберемся до берега, с собой я прихватил компас и провиант, они нам пригодятся. Весь мир узнает о том, что ты спас жизнь известного человека. Как человек богатый за спасение своей жизни я отдам тебе половину своего состояния (два миллиона долларов и замок в Швейцарии). А слава и сама придет к тебе. Это то, что я могу тебе гарантировать. Но чтобы нас не затянуло в воронку, от тонущего корабля мы должны не терять ни секунды. Действовать необходимо быстро. Поехали!»



Упражнение. Проанализируйте диалог «Федр». Это диалог прославленного мыслителя Сократа. О его жизни мы знаем по записям его учеников. Одним из таких был не менее великий философ Платон, благодаря которому и дошли до нас эти строки.

«Федр»

Сократ. Чтобы речь вышла хорошей, прекрасной, разве разум оратора не должен постичь истину того, о чем он собирается говорить?

Федр. Об этом, милый Сократ, я так слышал: тому, кто намеревается стать оратором, нет необходимости понимать, что действительно справедливо, - достаточно знать то, что кажется справедливым большинству, которое будит судить. Тоже самое касается и того, что в самом деле хорошо и прекрасно, - достаточно знать, что таким представляется. Именно так можно убедить, а не с помощью истины.

Сократ. «Мысль не презренная», Федр, раз так говорят умные люди, **но** надо рассмотреть есть ли в ней смысл. Поэтому нельзя оставить без внимания то, что ты сейчас сказал.

Федр. Ты прав.

Сократ. Рассмотрим это следующим образом.

Федр. Каким?

Сократ. Например, я убеждал бы тебя приобрести коня, чтобы сражаться с неприятелем, причем мы с тобой оба не знали бы, что такое конь, да и о тебе я знал бы лишь то, что Федр считает конем ручное животное с большими ушами...

Федр. Это было бы смешно, Сократ.

Сократ. Пока еще нет, но так было бы, если бы я стал всерьез тебя убеждать, сочинив похвальное слово ослу, называя его конем и утверждая, что всячески стоит завести эту скотинку не только дома, но и в походе, так как она пригодится в битве, перевоза клади и еще многого другого.

Федр. Вот это было бы совсем смешно!

Сократ. А разве не лучше то, что смешно да мало, чем то, что страшно и враждебно?

Федр. Это очевидно.

Сократ. Так вот, когда оратор, не знающий, что такое добро, а что – зло, выступит перед такими же несведущими гражданами с целью их убедить, причем будет расхваливать не тень осла, выдавая его за коня, но зло, выдавая его за добро, и, учтя мнения толпы, убедит ее сделать что-нибудь плохое вместо хорошего, какие, по-твоему, плоды принесет впоследствии посев его красноречия?

Федр. Не очень-то подходящие.

Сможете ответить на вопросы после диалога?

1. В каком предложении говорится о предмете беседы?
2. Какое мнение Федра опровергается Сократом (тезис)?
3. Удалось ли Сократу убедить собеседника в своей правоте?
4. Какие способы убеждения использовал Сократ?
5. Какие замечания у вас есть к такому примеру «античного убеждения»?



Упражнения для самостоятельной работы:

1. Вопросы по занятию

- Какова цель основной части речи?
- Раскройте смысл методов изложения материала в основной части речи:

Исторический метод (повествование).

Географический метод (описание).

Метод аналогий (сравнение).

Факт и его последствия (применение).

Тематический метод.

Зло и его преодоление.

Индуктивный метод.

Дедуктивный метод.

Ступенчатый метод.

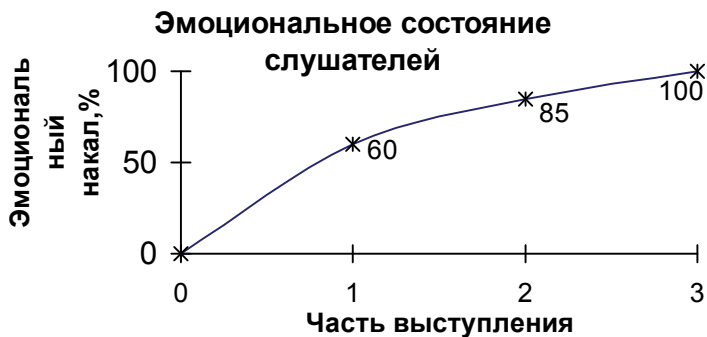
Рассуждение (размышление).

- Сколько вопросов стоит затронуть оратору в своем выступлении?

- В чем заключается **четвертый принцип** построения публичной речи, названный «**принципом экономии**».

- Назовите основные потребности человека.

- О чем говорит этот график?



- О чем говорит правило Сократа?

- В чем суть правила Паскаля?

- Какие вы знаете психологические уловки?

2. Вставь пропущенное слово

- Дейл Карнеги говорил: «В мире есть только один способ заставить кого-то что-либо сделать. Задумывались ли мы когда-нибудь над этим? Да именно один способ. Он состоит в том, чтобы _____ . Помните, другого способа не существует! _____».

- Суть «принципа подчиненности» состоит в том, что все логические фрагменты, на которые вы разделили ваше выступление, должны служить _____ вашей речи, подчиняться ей беспрекословно!

- Третий принцип композиции - «принцип усиления». Суть его заключается в том, что вес, значимость и убедительность аргументов постоянно _____. Самые сильные доводы используются в _____ выступления.

- Пользуйтесь методом Гомера (Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: _____ – средний - _____).

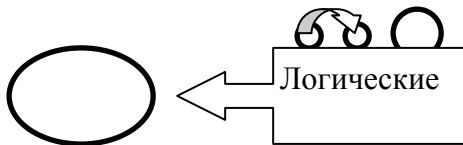
- Профессиональные спичрайтеры определенно следуют заветам великого Гете: "Каждое произнесенное слово вызывает _____ мысли". Это означает, что, когда вы _____

высказываете одну точку зрения, люди рефлекторно обдумывают

3. Кроссворд

- «Согласие с формой ведет к согласию с с+++++++ем».
- «Одна мысль должна содержать в себе, так сказать, с+++ другой», - утверждал М. М. Сперанский,
- Слова, которые вызывают негативные эмоции и могут привести к конфликту называются к++++л+++++++ы.

4. Дорисуйте недостающее и прокомментируйте рисунок



5. Продолжи фразу

- *Не признавайтесь в том, что вы не готовы. Не извиняйтесь...*
- *Слова «это все, что я хотел сказать», или «у меня все» являются ...*
- *Не поднимайте в конце выступления новые проблемы...*

Раздел 3. СПОР И ДЕБАТЫ

Авраам Линкольн говорил: «Ни один человек, который решил действительно преуспеть в жизни не должен тратить время на личные споры».

Перечень рассматриваемых вопросов темы:

- 3.1. Характерные черты споров.
 - 3.2. Особенности дебатов.
 - 3.3. Составные части доказательства.
 - 3.4. Факторы, влияющие на изменение убеждений человека.
 - 3.5. Методы убеждения (доказательства и внушения).
- (Фильм «Адвокат дьявола», время: 01.22.50 – 01.24.42).

Выступление Александра Македонского перед войском – фильм «Александр Македонский» Время: 02.05.20 – 02.10.20.
Демонстрация метода «Да, но...» и «психологических уловок (манипуляций)».

3.6. Как можно успешно защищаться в споре и дебатах?

3.7. Методы опровержения доводов.

Фильм – «300 спартанцев», режиссера Рудольфа Мате.
Время: 00.13.29.- 00.20.20.

Пример ассертивного поведения. Эпизод из фильма «Суворов». Здесь на заседании военного совета обсуждается такой спорный вопрос, что происходящее напоминает дебаты. Время 01.28.00. – 01.31.20.

Просмотр и анализ фильма Никиты Михалкова «12» на предмет использования методов убеждения и доказательства.

Упражнения для самостоятельной работы.

Вопросы, затрагиваемые в этом разделе знакомы и близки каждому. Наверняка мы не раз поддавались соблазну поспорить о чем-либо и отстоять свою правоту.

3.1. Характерные черты споров

Говорят, что в споре рождается истина. С другой стороны, также говорят: «Когда споры кипят, истина испаряется». Два противоположных изречения. В чем же дело? Почему мнения разошлись? Наверное, о разных спорах идет речь?

По целям, которые преследуют зачинщики, споры можно разделить на две группы:

1) *победа любой ценой ради собственного самоутверждения*. В таком споре выиграть нельзя и ничего кроме неприятных впечатлений он принести не может. Вот, что о таких спорах говорил Авраам Линкольн: «Ни один человек, который решил действительно преуспеть в жизни не должен тратить время на личные споры»;

2) *поиск истины*. Образцом таких споров являются научные споры и дискуссии, целью которых является нахождение истины. История науки знает спор, который велся между выдающимися физиками Эйнштейном и Бором. Они вели спор на протяжении долгих лет и тем самым продвинули науку на десятилетия вперед. Дискуссия не сводилась к фиксации различных точек зрения. Ученые взаимно обогащали друг друга. Разногласия побуждали их к уточнению своих собственных позиций, исправлению формулировок. О теплоте их отношений друг к другу можно судить по таким словам в письме Эйнштейна к Бору: «Дорогой, если не сказать любимый Бор ...».

Характерные черты споров следующие:

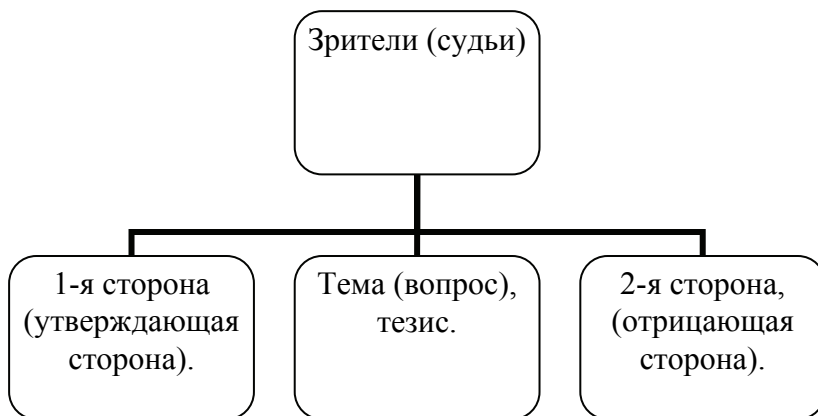
1. Количество участников (двое);
2. В споре победить нельзя, можно изменить точку зрения человека, мирно беседуя, а не споря;
3. Нападение на тезисы оппонента приводит к конфронтации.

«Чем человек менее компетентен и образован, тем чаще является зачинщиком спора», - слова академика Шейнова В. П. Наверное, потому что правоту того ничтожно малого, что он знает уж обязательно необходимо отстоять этому человеку. Вот в подобных случаях и не стоит тратить время и энергию на споры.

3.2. Особенности дебатов

Дебатами называют общественное обсуждение какого-либо вопроса. Давайте рассмотрим характерные черты дебатов и их отличие от споров:

1. В дебатах, в отличие от споров есть еще и третья сторона - это зрители, на которых и пытается воздействовать сторона, отстаивающая свое мнение;



2. Участники дебатов стремятся изменить мнение о предмете обсуждения, в большей степени, не у своих оппонентов, а у слушателей. Именно на них и ориентированы все методы убеждения;

3. В дебатах задан формат, т. е. существуют определенные правила проведения дебатов (определенное время на произнесение речи, установленная очередность выступления и т. п.).

Участвуя в дебатах необходимо учесть некоторые особенности восприятия слушателями общей картины командной игры.

Речь, произнесенную первой при публичном споре, когда не опровергаются аргументы противоположной стороны, называют конструктивной. Преимущество первого оратора заключается в том, что его пока не с кем сравнивать. Поэтому, когда вы участвуете в дебатах вместе с несколькими известными ораторами,

можете взять слово перед ними. Еще одним преимуществом является возможность задать тон всей дискуссии. Выступите первым, произнесите хорошо подготовленную речь, и вы установите стандарт, которому должны будут соответствовать речи выступающих после вас. Надо также заметить, что, как мы говорили ранее, к информации, которую слышит человек впервые, он относится с большим доверием. Таким образом, произнося речь первым, говорящий берет на себя инициативу. В этом - козырь убеждения первого выступающего, правда в том случае, если он сможет преодолеть противоречивые взгляды слушателей, которые обязательно возникнут в силу неизменных психологических законов (правило Гёте).

Выступая не первым, Вы сможете комментировать слова всех, кто выступал перед вами. Вы все еще сможете задавать тон последующим выступлениям. Недостаток же такого выступления в том, что вы можете затеряться в общей массе и запомниться менее, чем те, кто говорил первым и последним.

В заключительной речи выступающий дает оценку аргументам оппонентов, подчеркивает наиболее сильные стороны аргументации своей команды, делает вывод из того, что сказали команды. Здесь вы можете комментировать все, что сказали другие ораторы. Вам предоставляется возможность произнести заключительное слово. Последнее выступление также подходит для человека, неподготовленного к обсуждению вопроса заранее. В этом случае есть возможность сформулировать свои замечания и аргументы во время выступления предыдущих участников.

Совет участникам дебатов: следите, чтобы оппоненты не изменяли тезис обсуждения, а также за тем, чтобы произнесенные аргументы подтверждали доказываемый тезис.

3.3. Составные части доказательства

Ключом к успеху, как в споре, так и в дебатах является доказательство. Рассмотрим разнообразные методы доказательства, которые вы впоследствии сможете использовать. Сначала разберемся составные части доказательства:



Тезис – это утверждение, которое доказывается.

Аргумент – это логический довод, с использованием которого мы пытаемся доказать свою правоту, Например, в качестве аргумента может быть использовано сравнение, пример, факт, закон и т. д. Наиболее сильным аргументом в процессе доказательства являются факты и законы, истинность которых не подвергается сомнению, проверена и доказана практикой.

Демонстрация - это способ доказательства (рассуждения), отражающий то, как аргумент связан с тезисом. Например, видами демонстрации являются: индукция, дедукция, аналогия. Демонстрация отвечает на вопрос: «Как аргумент связан с тезисом?» Выделяют прямой и косвенный метод демонстрации. При прямом способе доказательства аргументы непосредственно обосновывают истинность тезиса. При косвенном способе истинность обосновывается посредством доказательства ложности противоположного утверждения, так называемый метод «от противного».

Пример доказательства: *«Я вижу дым, значит там есть огонь. Потому как дыма без огня не бывает»*. Давайте выделим тезис. Какая мысль здесь доказывается? А та мысль, что *«там есть огонь»*. Как это доказывается? Где аргументы? В качестве аргумента выступают свидетельства очевидца, который говорит, что *«он видит огонь»*. А демонстрацией выступает изречение, которое связывает тезис и аргумент, а именно: *«дыма без огня не бывает»*. Здесь мы видим прямой способ доказательства, когда аргументы напрямую подтверждают тезис. Отрицать это доказательство, мы можем, ставя под сомнение любую из его

частей (тезис, аргумент, демонстрация). Но об этом позже более подробно.

Вопросы обоснования и доказательства мыслей изучает теория аргументации, которая является преемником классической риторики античности. Еще до великого теоретика Цицерона теория ораторского мастерства была хорошо разработана, об этом свидетельствует пособие по составлению речей одного из неизвестных римских ораторов. По его мнению, каждая агитационная речь имеет:

- экзордиум – несколько вступительных комментариев по теме речи;
- экспозицию – определение понятий, характеристика важности темы;
- кауза – логические аргументы, которые подтверждают правильность суждения, прямые дедуктивные доказательства;
- контрариум – опровержение мыслей оппонента, не прямые дедуктивные доказательства;
- симилю – подобные явления в других сферах, аналогии;
- экземплюм – примеры из жизни, исторические примеры, индуктивные доказательства;
- тестимониум – высказывания известных людей, поговорки, мнения авторитетов;
- конклюдзио – выводы и их использование. [11, стр. 176]

Здесь мы увидели несколько примеров аргументов, которые можно использовать в убеждении. Далее мы уделим этому вопросу особое внимание и рассмотрим разнообразие подобных способов превращения ваших слов в истину.

3.4. Факторы, влияющие на изменение убеждений человека

В первой из трех книг «Риторика» Аристотель рассматривает предмет *риторику*, как способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета. Он пишет о том, что существует три вида способов убеждения: одни из них находятся в зависимости от характера говорящего, другие – от того или иного настроения слушателя, третьи – от самой речи. [14, стр. 9] Он говорит о том, что **не существует единого алгоритма действий при навязывании своих мыслей другому человеку** (аудитории).

Давайте подробно рассмотрим то, о чем говорил великий философ и даже несколько расширим перечень факторов, влияющих на изменение убеждений человека.

Данные современной психологии свидетельствуют о том, что большинство людей оценивают свои способности убеждать других чересчур оптимистично. Однако же нет ничего более сложного, чем заставлять людей изменять свои взгляды. Рассмотрим, что же влияет на процесс изменения наших мыслей.

Во-первых, на произнесенные в доказательстве слова, оказывает влияние личность говорящего. Влияет его социальный статус, регалии, возраст, жизненный опыт, авторитетность, внешний вид и первое впечатление,... Иными словами, важно кто говорит. Например, если вы неоднократно говорили одно, а делаете совершенно другое, то доверие к вашим словам снижается. Все время мы работаем на свой имидж, а каждое слово говорящего воспринимается сквозь призму мнения окружающих о данной личности.

Во-вторых, на процесс убеждения влияет характер информации, ее доказуемость, то есть вес имеющихся аргументов. На качество аргументов, которые апеллируют к логике, обращает внимание в большей степени аудитория с высоким уровнем интеллекта - люди с высоким уровнем развития личности, люди науки. Учитывая гендерный признак, надо заметить, что при принятии решения мужская аудитория в большей степени, чем женская отдает предпочтение логическим доводам. Очевидно, что более проинформированного человека переубедить сложнее. Так как человеку свойственно придерживаться однажды высказанного мнения, то и характер взгляда, который необходимо изменить также влияет на убеждение. Одно дело у человека есть мысли по поводу сказанного, другое дело у него успело сформироваться мнение по данному вопросу, и совсем иное, когда он успел свои убеждения высказать прилюдно. Количество аргументов и длительность речи также отражается на эффективности произнесенного. **Чем больше аргументов при одинаковой их убедительности, тем сильнее общее воздействие речи.** Поэтому, как мы говорили ранее, при отсутствии разнообразия убедительных аргументов обыгрывается с разных сторон имеющийся, тем самым ему придается значимость.

В-третьих, конечно же, важен стиль изложения. Сюда относятся: психологическая аргументация, доводы, воздействующие на эмоции человека, интонация говорящего и даже очередность изложения аргументов в речи. “Если хочешь заставить меня заплакать, то вначале должен заплакать сам” – сказал Гораций. Слова эти рекомендуем понимать не буквально. А лишь, как напутствие говорить в манере, соответствующей теме выступления. Каков эффект, когда рассказчик анекдота смеется сильнее слушателей? Отсюда **правило: «Уровень эмоций, вызванных у собеседника или аудитории должен быть выше уровня проявления собственных эмоций говорящего»**. Пусть сперва аудитория улыбнется, а уж потом и вы, увеличивая тем самым ее волнение. Помните правило Паскаля, которое гласит о том, что необходимо дать возможность сохранить человеку его лицо. Необходимо снизить психологический барьер, который всегда и у любого человека возникает при попытке навязать не родные ему мысли. **Как правило, чем энергичнее и даже агрессивнее мы будем убеждать другого человека, тем большие психологические преграды мы сотворим в его сознании для восприятия нового взгляда**. Скажем даже больше: если мы дадим возможность почувствовать человеку, которого пытаемся переубедить, наше желание доказать неправоту его слов и он задумается о поражении, то вероятней всего собеседник будет придерживаться своей первоначальной точки зрения, пусть даже неправильной. Человек будет делать все, чтобы отстоять свою правоту, а в этом случае, скорее даже только для того, чтобы не понизить свой статус и не потерять лицо в глазах окружающих.

В-четвертых, важным моментом в убеждении является характер слушателей. А именно: состав аудитории, ее численность, информированность по теме предстоящего разговора, настроение слушателей и т. д. Например, чем больше численность аудитории, тем в меньшей степени человек мыслит независимо и тем в большей степени он подвергается влиянию эмоций окружающих его слушателей. Как говорят «с волками жить – по волчьему выть!» Именно поэтому, даже высокоморальные люди с демократическими ценностями проживающие в тоталитарной стране, которые по тем или иным причинам не

выбрали путь борьбы с режимом, под влиянием окружающих со временем становятся на них похожими.

“На действия и поступки людей, - сказал Аристотель, - влияют 7 факторов: случай, природа, примус (принуждение), привычка, разум, желание и страсть”. Именно эти факторы необходимо учитывать при подготовке к речи или беседе. Давайте поразмыслим. Фактор первый – это случай. То есть необходимо выбрать соответствующее время для речи и учесть историю взаимоотношений оратора со слушателями. Фактор второй – природа. Надо понимать, что все сказанное должно быть в соответствии с темпераментом слушателя, изложено на понятном ему языке. Следующий фактор – это примус. Заставить человека что-либо сделать можно, описав ему негативную сторону, ожидающую его при несогласии с вашим мнением и то положительное, что он приобретет при согласии с вашим ходом мыслей. Привычка также влияет на ход его мыслей, и потому, человек может сделать что-либо по обыкновению, даже не вдаваясь особо в размышления. К такому фактору как разум обращены наши логические аргументы. Желание, вызывают у собеседника слова, затрагивающие его потребности. Ну и последний фактор – страсть. Мы знаем, как и ее вызвать у собеседника. Для этого мы можем использовать эмоционально-окрашенные слова и риторические фигуры. Манера изложения при этом также должна быть соответствующая.

Каждый из нас, наверное, попадает иногда в такие ситуации, когда очевидные факты противоречат нашим взглядам. В сознании у нас начинает действовать определенный психологический механизм, который старается эти факты или вообще отбросить или изменить таким образом, чтобы они не нарушали нашего внутреннего равновесия. Налицо интересный психологический факт: люди выбирают из информации, прежде всего то, что согласуется с их взглядами. Человек верит в то, во что хочет верить. В терминах Гарвардской школы переговоров эта особенность звучит как разделение интересов и позиций: **не стоит спорить о позициях, необходимо пытаться удовлетворить интересы оппонента**. Всегда необходимо исходить из того, что лежит в основе того или иного убеждения. [17, стр. 95]

Еще в 1957 году психолог Л. Фестингер пытался доказать, что люди отбрасывают информацию, которая вызывает дисгармонию в системе их взглядов, избегая ее как неприятность и ищут ту, которая бы подтвердила их взгляды. [11]

Обратите внимание на следующее, в случае, когда человек получает пугающую его информацию, для того, чтобы уменьшить волнение вызванное этой информацией, он делится ей с окружающими. Таким образом, может распространяться неправдивая информация, ориентированная на возникновение паники. Здесь мы имеем дело с психологическим эффектом, который может использоваться в процессе дезинформации населения при ведении информационной войны. А в основе лежит простой эффект **«поделись страхом и его станет меньше!»**

3.5. Методы убеждения (доказательства и внушения)

Для того, чтобы доказать свою правоту люди используют различные способы, ниже мы рассмотрим основные из них.

1. Факт.

Сильнейшим способом доказательства, в том случае, когда предмет речи затрагивает интересы слушателя, является прямое обращение посредством ознакомления с фактами. Факты – это упрямая вещь, которую трудно оспорить. Они напрямую подтверждают ваше утверждение (тезис), тем самым, доказывая правоту ваших слов. В процессе доказательства в качестве аргументов можно использовать законы природы и общества, аксиоматические положения (не требующие доказательства), ранее доказанные и проверенные практикой положения, показания свидетелей, а также результаты экспериментальных исследований.

Следует разграничивать факт и мнение. Факт – это действительное, невымышленное явление или событие, то, что произошло на самом деле. Мнение – это суждение, выражающее оценку, отношение, взгляд на что-либо. Факты существуют сами по себе, независимо от того, как мы их оцениваем и используем в своих целях. *На мнения влияют социальные установки, личностные ориентиры, особенности характера, психическое состояние, степень осведомлённости и многое другое.* Мнения могут быть предвзятыми, необъективными и ошибочными.

Поэтому факты являются более надежными аргументами. К мнениям же необходимо относиться критически, учитывать исторические и социальные условия, которые оказали влияние на их формирование. [10, стр. 468] Необходимо здесь также помнить о том, что **при наличии нескольких фактов, действеннее их излагать в такой последовательности (правило Гомера): сильные/средние/самые сильные.** Это же касается и других методов отстаивания своей правоты.

Например, факт введения российских войск на территорию Украины 27.08.2014 отрицать сложно, да и неблагодарное это дело оправдываться. **Оправдание понижает статус говорящего.** Данный факт просто игнорируется во всех СМИ России подконтрольного руководству страны, а министр иностранных дел России Сергей Лавров через пять дней (01.09.2014) делает заявление о том, что «военного вмешательства России на Донбассе не будет». Это в тот момент, когда российские войска перешедшие границу уже воюют против украинцев. Вот и получается, что основными контраргументами против фактов является игнорирование и ложь.

2. Метод сравнения (примеры).

Этот метод имеет исключительное значение и силу влияния, особенно когда сравнения подобраны удачно. Последние придают словам яркость и силу внушения. Обратите внимание - именно силу внушения, а не доказательства. Доказательством мы называем воздействие на логику слушателя, а внушением – способы воздействия, которые воздействуют на эмоции человека. Прочувствуйте эту силу психологического воздействия на эмоции слушателей на следующем примере:

«В одном из городов из-за финансовых трудностей встал вопрос о закрытии местного театра. Решающим в возникшей дискуссии оказалось выступление одного историка: «Когда в Древней Греции гражданин совершал незначительный проступок, ему запрещали в течение трех дней играть на свирели. Если проступок был более серьезным – запрещали в течение шести месяцев посещать театр. Я спрашиваю присутствующих: чем граждане города провинились, что власти так сурово их хотят наказать?» Вопрос решился в пользу существования театра». Ну как, убедительно? Чем больше в примере схожести с предметом

обсуждения, тем больший вес имеет пример, тем выше его убеждающая сила (сила внушения).

Все мы знаем слова: «Все познается в сравнении». При этом нужно учитывать **принцип контраста**. В соответствии с которым, *каждый последующий фрагмент речи должен выигрывать в сравнении с предыдущими*. Таким образом, вначале нужно продать более дорогую вещь, а потом дешевую, которая будет дешевле уже купленной.

Существует исторический пример использования этого метода, который спас жизнь великого оратора античности. Подчинив Грецию, Александр Македонский потребовал от афинян, чтобы ему выдали оратора и политического деятеля Демосфена, который в своих речах обличал македонского царя. Демосфен в ответ на это рассказал афинянам басню Эзопа о волке, овцах и собаке. Согласно басне волк уговорил овец выдать ему охранявшую их собаку. Овцы согласились, а когда они остались без охраны, волк перекусил и всех овец. Тогда афиняне послали к Александру старого полководца Фокиона, прославившегося в войне с персами.

- Александр, ведь ты стремишься к славе? - спросил Фокион.
- Если это так, то подари Афинам мир и отправляйся в Азию. Ты добьешься воинской славы, побеждая не соплеменников-эллинов, а варваров. А среди соплеменников прославишься добротой.

Александр согласился с этим простым советом и перестал требовать выдачи Демосфена.

Известные американские ученые и авторы книги «Эпоха пропаганды» Э. Аронсон и Э. Практисис называют доказательство прямым способом убеждения (обращение к логике человека), а внушение – косвенным способом (воздействие на эмоции слушателя). Также отмечают они, что **прямой способ убеждения действеннее, когда затрагиваются интересы человека, а косвенный – когда мы их не задеваем**. Мы уже говорили об этом. Любые неосмысленные по-настоящему и воспринятые некритически представления людей, сложившиеся из случайного жизненного опыта или слепо заимствованные от окружающих или из средств массовой коммуникации они называют «верованиями». Под "убеждениями" же ученые предпочитают

понимать те представления, которые получены в результате самостоятельного критического анализа и проверки. [27, стр. 21]

Массовое "внушение" или влияние посредством манипуляции символами называют пропагандой. **Пропаганда** включает искусное использование образов, лозунгов и символов, играющее на наших предрассудках и эмоциях; это распространение какой-либо точки зрения, таким образом и с такой конечной целью, чтобы получатель данного обращения приходил к "добровольному" принятию этой позиции, как если бы она была его собственной. [27, стр. 23] Это явление выходит за рамки данного курса, и является лишь его весомой и неотъемлемой частью.

3. Метод извлечения выводов (дедукция и индукция).

Метод состоит в последовательной аргументации, которая шаг за шагом подводит вас к желаемому выводу. Наиболее часто встречающаяся при этом ошибка – нарушение причинно-следственных связей. Если связь не явно прослеживается, то ее лучше пояснить, для повышения убедительности.

4. Ссылка на авторитеты. Мнения специалистов.

Во время президентских выборов 1940 года в Америке Поль Лазарсфельд провел со своими коллегами исследование влияния средств массовой коммуникации на убеждения человека. В начале и в конце предвыборной кампании избиратели графства Эри в штате Огайо отвечали на вопросы о своих предпочтениях, партийной принадлежности, привычках в отношении средств массовой коммуникации и так далее. Результаты показали, что средства массовой коммуникации практически не повлияли на то, за кого проголосовал тот или иной гражданин. Для предсказания поведения избирателей гораздо важнее была их принадлежность к той или иной политической партии (республиканской или демократической) и предпочтения друзей - убеждения тех, с кем избиратель работал, играл и молился. [27, стр. 32]

Мнение, которому человек доверяет более всего, - это его собственное. Поэтому в работе коллекторов существует такое правило: «В процессе переговоров с должником необходимо добиться, чтобы последний САМ ПРИНЯЛ РЕШЕНИЕ оплатить». Тот, кому он после себя больше всего доверяет, - это некто третий, который является для него авторитетом (кумиром). Тот, кому он

верит меньше всего, - это его оппонент. Поэтому одним из методов доказательства является использование мнения человека, который является авторитетом для нашего оппонента или является специалистом в этой области.

Например, если вы скажете, что К. Станиславский писал: «При словесном общении говорить не столько уху, сколько глазу, потому как жест опережает слово, как молния опережает гром». [24, стр. 221], то этот пример не будет убедительным для того человека, который не слышал о том, кто такой К. Станиславский.

В общем случае, в поддержку своего мнения, можно использовать ссылки на мнения известных людей и специалистов: общественных деятелей, ученых, писателей.

Примеры:

- «Как сказал один великий философ ...»;
- «По этому поводу один из светил мировой науки говорил ...»;
- «Один из наших отечественных академиков подметил ...»;
- «Также, член вашей команды говорил уже о том, что ...»;
- «Как вы сами только что подметили ...».

5. Страховка от противоположных аргументов (прививка).

Мы должны уметь защищать свои позиции от аргументов противоположной стороны еще до того, как эти аргументы появятся. Слова вашего оппонента не будут иметь должного эффекта, если вы заранее их ослабите. Это особенно важно, когда вы являетесь не последним выступающим. Предугадайте возражения ваших оппонентов и включите их в свою речь.

Например: «Конечно, вы можете сказать, что вы об этом не знали, но и это не освобождает вас от ответственности за содеянное...», или «Вы еще скажите, что не успели подготовиться, что времени было не достаточно. А ведь...»

Приведем пример из обвинительной речи Николая Азарова в адрес Юлии Тимошенко, произнесенной в день ее отставки 03.03.2010.

«И вот сейчас вы услышите выступление Тимошенко, которая будет сравнивать, я уже знаю, абсолютно провальный четвертый квартал и первый квартал 2009 года и видеть некую позитивную динамику в начале года. Это абсолютнейший обман, поскольку сравнивать надо не с кризисным периодом, не с глубиной ямы, а с докризисным периодом. И если мы так будем

делать, а только так и надо делать, мы увидим, что, к большому сожалению, падение продолжается».

6. Объективность.

Выберите наиболее сильные аргументы. Количество – это ещё не значит качество. Расположите их в правильном порядке: сильные/средние/самый сильный и можете учесть какой-то маленький недочет, который могут заметить ваши оппоненты. Своими словами этот маленький недочет вы приуменьшите и сделаете совсем незначительным. Сделав это, вы перехватите инициативу, а, как известно, **информации, которую мы слышим впервые, мы склонны доверять в большей степени, чем той, которую уже получили в опровержение имеющейся.** Вот такая схема ++ - ++ выигрышна психологически. Когда все идеально – это настораживает. Слушатель может подумать: «Ну, нет объективности в ваших словах!» Если же оппоненты опровергнут хотя бы один ваш незначительный аргумент, это бросит тень на всю вашу речь.

7. Уловка. «Неосведомленность противника».

Известно, что люди часто хотят казаться лучше, чем они есть на самом деле, так как боятся «уронить» себя в глазах окружающих.

Вот на этом-то желании выглядеть чуть лучше, и играют некоторые опытные полемисты. Например, недосказанный или даже ложный вывод, сопровождается фразами: «Вам, конечно, известно, что наука давно установила, что...»; «Неужели, вы до сих пор не знаете о...?»; «Общеизвестным является факт...»; «Вам, конечно, известно, что наука уже установила...»; «Давно уже установленный факт...»; «Неужели вы до сих пор не знаете, что...?» и подобное, то есть делает ставку на ложный стыд. Если человек не признаётся, что это ему не известно - он «на крючке» у противника, и вынужден согласиться с его аргументами. [10, стр. 500]

Очень часто авторы диссертаций пишут "и т. д." не зная, как продолжить перечень, или употребляют словосочетание "совершенно очевидно", если не могут изложить аргументы в пользу "очевидного". Фраза "известным образом" нередко свидетельствует, что автор не знает каким именно образом. [<http://dissert.biz/u01.htm>]

8. Метод цифр.

Какие ещё средства используют, стремясь доказать правильность выдвинутых утверждений и убедить в этом оппонентов? Достаточно весомым доводом считаются статистические данные. [10, стр. 468]

Цифровые данные выглядят обычно убедительно. Убедительность повышается за счет использования конкретных цифр. Например, если вы скажете, что 22 человека было свидетелями этого происшествия, это будет намного убедительнее, чем утверждение, что около 20 человек видели это. Если не знаете точно числа, лучше использовать фразу «более». Есть ещё одно преимущество использования цифр. Маловероятно, что у присутствующих есть под рукой материалы, касающиеся приведенных цифр, так что поспорить с этими данными им будет непросто.

Однако при публичном выступлении стоит помнить о том, что нельзя злоупотреблять цифрами. Обилие цифр затрудняет восприятие речи говорящего и не всегда их количество уместно. Если некая дата не принципиальна для запоминания, то ее можно заменить словесным выражением. Это можно сделать для того, чтобы не отвлекать слушателя от других более важных моментов. Например, 1918 год можно заменить выражением «через год после октябрьской революции». Воспринимается и запоминается такая фраза лучше и легче.

9. Уловка «Довод к личности оппонента».

Иногда вместо обсуждения по существу того или иного положения, начинают оценивать достоинства и недостатки человека, его выдвинувшего. Этот приём оказывает сильное психологическое воздействие. Как самостоятельное доказательство он считается уловкой, состоящей в подмене самого тезиса ссылками на личные качества того, кто их выдвинул (или другую личность). [10, стр. 484]

Уйти от предмета обсуждения, оставить в стороне выдвинутый тезис можно с помощью таких видов этой уловки: перевести спор на противоречия между словом и делом (взглядами противника и его поступками) или образом жизни и действиями. Показав несоответствие выдвинутого тезиса действиям оппонента или его взглядам, ставят противника в неловкое положение. [10, стр. 504]

Пример: «Вы говорите о чувстве стиля и моды. И это говорит человек, который шокирует европейских политиков своей

дорогущей и редкой обувью из страусиной кожи. И если кое-где ещё встречается обувь из кожи страусиных лап, то эти куски явно взяты из других частей бедного животного. Неужели команда ваших советников не знает, что появление в такой обуви на людях в цивилизованном обществе принято считать дурным тоном». (Использован реально имевший место фрагмент критики Юлии Тимошенко в адрес Виктора Януковича - выделен)

А вот пример из классики, когда в разговоре собеседники прибегают к описанной уловке, указывая на противоречия между убеждениями и поступками своего оппонента. В романе А.И. Эртеля есть такой эпизод. В доме Рукодеевых за чаем ведется непринужденная беседа. Между исправником из соседнего уезда, добродушным толстяком, и молодым человеком, сыном небогатого помещика, происходит следующий разговор:

- Как же вы... так критически относитесь к полицейскому институту, а сами носите эти эмблемы? – и молодой человек кивнул на золотые жгуты исправника. Но слова молодого человека уже были совершенно непереносимы для толстяка: он затрясся, закашлялся, замахал рукою на молодого человека. Все поневоле расхохотались, и даже сам молодой человек не мог сдержать самодовольной и снисходительной улыбки.

Отдохнув от смеха, Сергей Сергеевич хлебнул из стакана и, наивно-хитрою улыбкою давая понять, что собирается уязвить молодого человека, сказал:

- А что, Филипп Филиппыч, какие вы имеете доходы от вашего собственного труда?.. Никаких?.. Чем же, осмелюсь полюбопытствовать, живете? Папенькиным?.. А тем не менее презираете помещичий институт? Ай, ай, ай, как же это так? Нехорошо, нехорошо-с! – и вдруг покинул притворно-серьезный тон и с громким хохотом воскликнул: - Что, ловко, батенька, подъехал под вас? Уланом был-с, понимаю разведочную службу! Ха, ха, ха!..

Молодой человек побагровел до самых волос.

- Это, кажется, сюда не относится, Сергей Сергеевич, - сказал он оскорбленным тоном, - Это личности. И я удивляюсь, как вы позволяете себе...»

Из этого отрывка мы видим, что слова партнера не доставляют удовольствия собеседнику и вызывают неприятные чувства. Слушателям же обычно некогда вникать в суть дела, их

интересов это не затрагивает, налицо косвенный путь убеждения, когда более действенным является апелляция к чувствам слушателей, нежели к их логике. Даже если между выдвинутым принципом и поведением нет противоречия, заметить это сможет не каждый, и в большинстве случаев уловка достигает своей цели.

С. И. Поварнин по поводу подобных уловок пишет: «Это один из способов «зажимания рта» противнику и не имеет ничего общего с честной борьбой в споре за истину. – Как прием обличения он, может быть, и требуется, а часто и необходим. Но обличение и честный спор за истину - две вещи несовместимые».

Вот еще некоторые примеры:

- «И посмотрите, кто говорит о жалости – человек, который, без всяких угрызений совести может ни с того, ни с чего ударить беззащитное животное»;

- «А сами то, вы выполняете то, о чем говорите?»;

- «Вы сами выучитесь, а потом и других учите»;

- «Вы вначале у себя в стране порядок наведите, а то, только и ищите, кого бы виноватым сделать».

10. Уловка «Апелляция к публике».

Цель данного приема, впрочем, как и многих других, повлиять на чувства слушателей, их мнения, интересы, склонить аудиторию на свою сторону. Какое сильное влияние порой оказывает на присутствующих использование метода, с тонким юмором показывает А. П. Чехов в рассказе «Случай из судебной практики». С защитой выступает опытный адвокат, который, опуская факты, всё больше напирал на психологию.

- «Мы – люди, господа присяжные заседатели, будем же и судить по-человечески! – сказал, между прочим, защитник.- Прежде чем предстать перед вами, этот человек выстрадал шестимесячное предварительное заключение. В продолжение шести месяцев жена лишена была горячо любимого супруга, глаза детей не высыхали от слез при мысли, что около них нет дорогого отца! О, если бы вы посмотрели на этих детей! Они голодны, потому, что их некому кормить, они плачут, потому, что они глубоко несчастны... Да поглядите же! Они протягивают к вам свои ручонки, прося вас вернуть им их отца!...(есть продолжение)». [10, стр. 485]

И еще некоторые примеры: «Неужели мы, люди, очерствели настолько, что сможем жестоко наказывать подростка, а еще и за то, что он пытался привлечь внимание общественности к вопросу истребления животных, братьев наших меньших?»; «Не будьте вы такими черствыми, сжальтесь наконец...»; «Неужели мы забыли о своем долге...»; «Я не могу поверить в то, что в наших сердцах перестал гореть огонек надежды...»; «А подумал ли кто-то о тех бедных животных, на глазах у которых убивают их сородичей?» Об этой уловке мы также упоминали, когда рассматривали психологические уловки.

11. Уловка «самоуверенный тон».

В публичном споре большое влияние, как на оппонентов, так и на слушателей оказывает внушение. Поэтому нельзя поддаваться и такой распространённой уловке, как самоуверенный, беспепелляционный и решительный тон. Человек, говорящий с апломбом, внушительным голосом, психологически давит на присутствующих. (Этос) Когда противник ведёт себя очень уверенно, не имея на это никаких оснований, мы, даже если и чувствуем себя правыми, можем начать сомневаться в нашей позиции. А уж если мы недостаточно разобрались в проблеме, то и вообще пасуем. В подобной ситуации требуется внутренняя собранность, выдержка, деловой тон, умение перевести разговор от общих фраз к рассмотрению существа дела. [10, стр. 508]

12. Уловка «Психологическая аргументация, перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда».

Одной из распространённых уловок в публичном споре является перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда. Вместо доказательства истины того или иного положения выясняется, имеет ли оно пользу для нас или нет. И понятно, когда мы чувствуем, что данное предложение выгодно нам, хотя и имеет вредные последствия для других, мы скорее с ним соглашаемся. [10, стр. 507] Такова уж внутренняя природа человека. «Своя рубашка ближе к телу». Интересный пример использования этой уловки находим у И. А. Гончарова в романе «Обрыв».

«В парадной гостиной Татьяны Марковны идет оживленная беседа. Помещик Иван Петрович наступает на Райского с различными вопросами:

- Или, например, Ирландия, - начал Иван Петрович с новым воодушевлением, помолчав, - пишут, страна бедная, есть нечего, картофель один, и тот часто не годится для пищи...

- Ну-с, так что же?

- Ирландия в подданстве у Англии, а Англия страна богатая: таких помещиков, как там, нет нигде. Отчего теперича у них не взять хоть половину хлеба, скота да и не отдать туда, в Ирландию?

- Что это, брат, ты проповедуешь: бунт? – вдруг сказал Нил Андреич.

- Какой бунт, ваше превосходительство... Я только из любопытства.

- Ну, если в Вятке или Перми голод, у тебя возьмут половину хлеба даром, да туда?

- Как это можно! Мы – совсем другое дело...

- Ну как услышат тебя мужики? – напирал Нил Андреич, - а? тогда что?

- Ну не дай боже! – сказал помещик».

Вот так, когда дело коснулось личной выгоды, Иван Петрович легко отказался от своего убеждения.

13. Уловка «Подмазывание аргумента».

Эта уловка, основанная на человеческом самолюбии, называется подмазыванием аргумента. И действует этот метод как любая манипуляция. Вначале у слушателя вызываются определенные эмоции, а после этого он подталкивается к совершению некоего поступка или принятию нужного решения. Выбор этот осуществляется на эмоциях и неосознанно. По крайней мере, так должно быть. Например, слабый довод, который может быть легко опротестован, сопровождается комплиментом противнику. Например: «Ваня, ну ты же у нас хороший специалист, готовый всегда идти на встречу, согласишься...»; «Тарас, вот как человек честный и принципиальный, скажи...»; «Человек недостаточно образованный не оценит и не поймёт этого, но ты...»; «Здесь нужна твоя проникательность, согласишься с тем, что...»; «Как хороший специалист, ты, наверное, заметил, что...». Собеседнику тонко дают понять, что к нему лично относятся с особым уважением, высоко ценят его ум, признают его достоинства.

Искусством подмазывания аргумента великолепно владел Чичиков. Настойчиво добиваясь своей цели, понимая шаткость своего

положения, гоголевский герой раздаёт комплименты налево и направо. Плюшкин просит его заплатить по сорок копеек за душу, ссылаясь на свою бедность, но Чичиков ловко уходит от этого: «Почтеннейший! Не только по сорок копеек, по пятисот рублей заплатил бы! С удовольствием заплатил бы, потому что вижу – почтенный, добрый старик терпит по причине собственного добродушия...».

Подобным образом он торгуется и с Собакевичем: «Мне странно, право: кажется, между нами происходит какое-то театральное представление, или комедия; иначе я не могу себе объяснить... Вы, кажется, человек довольно умный, владеете сведениями образованности. Ведь предмет просто: фу-фу. Что ж он стоит? Кому нужен?» [10, стр. 501] Эти примеры демонстрируют как добиться согласия от человека, усыпив его бдительность комплиментами. **Выведение человека из состояния эмоционального (душевного) равновесия лежит в основе всех техник убеждения.**

14. Уловка «Ссылка на статус оратора».

Л. А. Введенская и Л. Г. Павлова в книге «Культура и искусство речи» пишут: «...нередко в спорах в качестве аргументов используют ссылки на свой возраст, образование или положение. Довольно часто мы сталкиваемся с такими рассуждениями: «Вот доживите до моих лет, тогда и судите»; «Сначала получите диплом, а потом и поговорим»; «Займёте моё место, тогда и рассуждать будете» и т. п. Однако, человек, старший по возрасту, имеющий высшее образование/ученую степень или занимающий определённую должность, далеко не всегда бывает прав. Необходимо обращать внимание на вопрос, в котором ваш именитый оппонент не является специалистом. Поэтому не следует сразу сдавать позиции и отступить; можно попросить, чтобы оппонент привёл более веские и убедительные аргументы». [10, стр. 502]

Приведу вам еще несколько подобных примеров: «Скажу вам как министр иностранных дел...» (Арсений Яценюк); «Сам лично я не редко общался с сенатором и должен заметить, что...»; «Как человек, отдавший более десяти лет на изучение популяции горных львов, я скажу, что...». Заметьте, что данные примеры не создают негативную эмоцию и более разумны с точки зрения убеждения собеседника (аудитории), т. к. не создают барьер

презрения к говорящему. А те, которые приводились в книге «Культура и искусство речи», содержат в себе противопоставление и могут привести к серьезному конфликту. Если вы этого хотите, то можете их использовать, но убеждать так не получится, а искусным собеседником так уж точно не станешь!

15. Уловка «Информационная атака».

Смысл данного метод заключается в предоставлении (проговаривании) собеседнику безапелляционно огромного количества информации за короткий промежуток времени. Например, вы задаете много вопросов, не давая возможности на них ответить. Если отвечающий вспомнит и парирует только последние реплики, то первые автоматически считаются принятыми. Действие этого метода подобно гипнотизированию человека, когда при таком насыщенном потоке информации ваш мозг одурманивается и становится более восприимчив к влиянию извне.

Если в дебатах, вы заканчиваете свою мысль вопросом к оппоненту, то это выбивает у него почву из под ног, ведь на вопрос, нужно ответить, а начать он планировал речь совсем другими словами. Вот и получается, что вы разрушили все его планы и вынудили говорить экспромтом, а это всегда сложнее.

16. «Противоречащая мысль».

Заметив, что оппонент злостно отрицает каждый наш аргумент в пользу доказываемой мысли, а нам необходимо провести какой-нибудь довод, мы «ставим ловушку». О нашем доводе умалчиваем, а вместо него берем противоречащую ему мысль и делаем вид, что ее-то и хотим использовать как довод. Если противник «заладил» отрицать все наши аргументы, то он может, не вдумавшись хорошенько, наброситься на эту ложь и отвергнуть ее. Тут-то ловушка и захлопнется. Отвергнув то, что противоречит нашему доводу, он тем самым принял наш довод, который мы и хотели провести.

17. Уловка (позволятельная) «Вдалбливание - повторение».

Ранее мы встречали повторение в речевых средствах и в психологических уловках. Здесь мы еще раз напомним об этом способе изменения убеждений людей. Наиболее искусные ораторы приводят довод каждый раз в различной форме, но мысль одна и

та же. Это действует как механическое «вдалбливание в голову». Недаром говорят: «Что скажут народу трижды, тому верит народ».

Пример: «Сейчас невиновность этого молодого человека уже очевидна. Он невиновен потому, что помыслы его были благими, мысли светлыми, а действия правильными... Невиновность этого молодого борца за права братьев наших меньших станет примером для подражания для всех защитников живого на земле. Его невиновность становится очевидной, когда проведешь рядом с этим человеком, хотя бы несколько минут... Говорю вам как человек, который провел с ним долгих три недели. Он невиновен, согласившись с этим, мы понимаем, что остаемся честными с самим собой!»

Подобный эффект можно проследить во влиянии СМИ на наши убеждения. Ученые выяснили, что средства массовой коммуникации способны создавать трудноуловимые или "косвенные" эффекты - другими словами, средства массовой коммуникации могут не говорить вам, что думать, но они подскажут, о чем думать и как это делать. Возьмем человека, который смотрит телевизор и **неоднократно** видит конкурирующие рекламные объявления, расхваливающие достоинства Shevrolet и Ford. Маловероятно (в большинстве случаев), что какое бы то ни было из данных объявлений заставит этого человека сменить свое предпочтение в отношении одного автомобиля по сравнению с другим. Однако весьма вероятно, что большая доза автомобильной рекламы заставит человека захотеть иметь автомобиль и не уделять большого внимания альтернативным способам передвижения, вроде общественного транспорта или ходьбы. [27, стр. 34]

18. Уловка «Софизм».

Софизм – это утверждение, в котором есть логическая ошибка, наиболее часто встречающаяся из них – нарушение причинно-следственных связей.

Пример:

- «Из курса физики за 8 класс средней школы известно, что черные тела – это такие тела, которые полностью поглощают весь свет, который на них попадает (они не отражают свет, попадающий на них). Вы видите, чтобы мой пиджак (зеленого цвета), что-то отражал? Нет? Значит, весь свет, попавший на него, он поглощает, т. е. он черного цвета!»

Софизмы, как правило, являются бездоказательной и одновременно убедительной белибердой. Подобные «лже-аргументы» сбивают с толку, действуют внушительно и заставляют усомниться аудиторию в своей позиции.

19. Уловка «Неявные допущения».

Неявные допущения, вводимые в информационный обмен: «Как вы понимаете, я не могу это дать...» навязывается партнеру как само собой разумеющееся и как ни странно, действует убедительно на собеседников и слушателей.

Примеры: «Да по-моему, уже все прекрасно понимают, что...»; «Любой человек в этой ситуации подумает...»; «Все давно уже знают, что...»; «Я уверен, что каждый из присутствующих согласится с тем, что...»; «Ни секрет, что многие из нас думают также, может просто не решились пока сказать об этом...».

20. Метод «Да, но...».

Смысл этого метода состоит в том, что вы усыпляет бдительность оппонентов (аудитории) соглашаясь с их мнением, таким образом, вы обескураживаете ее, а потом говорите о своем мнении.

Блестящий аналог использования этого метода для убеждения скептически настроенной аудитории мы находим в **фильме «Адвокат дьявола», время (01.22.50 – 01.24.42),** с Аль Пачино и Киану Ривзом в главных ролях. Проанализируйте защитную речь адвоката.

Вот после таких обвинительных слов прокурора (мистера Бройго), адвокату, представляющему интересы защиты, пришлось иметь дело со скептически настроенной аудиторией и переубедить ее в обратном: «... и когда все вещественные доказательства будут предъявлены вам и когда все детали сложатся в одну картину, вы поймете, вы убедитесь, что Алекс Каллен виновен в убийстве трех человек, в хладнокровном убийстве с заранее обдуманном намерением. Благодарю Вас».

Киану Ривз, играющий роль адвоката, произнес такую речь: «Господа присяжные-заседатели. Я знаю, что вы все утро слушали мистера Бройго и понимаю, что вы порядком проголодались. Но то, что я скажу вам, не займет много времени. Мне не нравится Алекс Каллен. Я не думаю, что он приятный человек и не жду, что он понравится вам. Он был ужасным мужем для всех своих трех

жен, играл роль злого гения в жизни его приемных детей, обманывал муниципалитет, своих партнеров и служащих. Заплатил сотни тысяч долларов по взысканиям и штрафам. Мне он не нравится. По ходу дела я приведу вам еще некоторые примеры, это вызовет у вас еще большую антипатию. Но сейчас не конкурс симпатий. Слушается дело об убийстве. И единственным самым важным и доказуемым фактом является то, что Алекс Каллен был в другом месте в то самое время, когда совершалось это чудовищное преступление. Представитель обвинения, впрочем на обвинение тут трудится целая команда, и чего тут только они не наговорили о моем подзащитном. А я от вас хочу только одного. Всего лишь. Только одного. Чтобы вы задали себе вопрос. Является ли то, что человека не любят достаточным поводом, чтобы признать его виновным в убийстве? Приятного ланча. Мы еще поговорим».

С некоторыми методами отстаивания своей правоты вы уже ознакомились. Сейчас предлагаю вам проанализировать **выступление Александра Македонского перед войском**, которое превратилось в дебаты с одним из его военачальников. Кто смотрел фильм «Александр Македонский», наверняка вспомнит этот эпизод. (Время: 02.05.20 – 02.10.20).



Упражнение. Определите, какие методы из вышеперечисленных использовали говорящие для убеждения в правоте своих слов.

«- Александр. Конечно, вы боитесь, мы все боимся, потому что до нас никто так далеко не доходил. И сейчас мы в неделе пути от океана, места нашего назначения. Мы построим флот и поплывем назад на север Египта. От Александрии мы доберемся до дома за пару недель. Мы докажем, что мы истинные воины. Мы разделим с нашими любимыми богатства Азии и будем наслаждаться нашими великими победами до конца дней своих. (Кто-то из воинов крикнул: «Мы пойдем за тобой Александр!»), остальные же молчали) – Что, молчание? Хикет, герой, ты видишь вокруг мифических амазонок, которые стреляют в мужчин? Куда же они подевались? (Один из воинов крикнул: «Мы хотим домой».) – Милиат, неужели племена, что ждут нас впереди страшнее покоренных? Дисимакс, Антигон, вы разбиваете мне

сердце. Неужели вы боитесь? (В ответ доносятся реплики: «Крат», «Пусть скажет Крат», «Крат скажи за нас!», «Крат выходи»)

- Крат. Мой царь, я не люблю нытья и не терплю его в своих рядах. Но я потерял много людей, а те, что пришли на их место, слишком юны. Кого-то болезни унесли, кого-то закололи в сражении на берегах Покса. Одни погибли достойно, другим повезло меньше, но их тоже нет. Восемь лет назад под моим началом было сорок тысяч человек, мы прошли за тобой почти полмира. И в дождь и в солнце мы бились за тебя. Некоторые из нас прошли пятьдесят сражений. Мы убили много варваров, но теперь оглянувшись... Сколько тех с кем покинул Македонию, я вижу в своих рядах? А ты хочешь, чтобы мы продолжали биться с племенами, уходя все дальше на восток. Мы слышали о тысячи чудовищных слонов, о сотне глубоких рек.

- Александр. Крат, добрый Крат, ну кто мог сказать лучше, чем ты, благороднейший из людей. Но и мое тело покрыто шрамами, а кости мои переломаны. Мне тоже пришлось видеть смерть, и я прошел через все трудности вместе с вами.

- Крат. Я знаю мой царь. За это мы все тебя и любим. Но ты не Зевс и слишком многие пали. Ты лишен радости отцовства, Александр. А мы лишь покорные смертные, страшящиеся гнева богов. Мы хотим лишь одного, увидеть твоих наследников, а также своих детей, жен, своих внуков в последний раз, перед тем как разделим участь своих товарищей в царстве Аида.

- Александр. Да, ты прав Крат. Я проявил равнодушие, я отправлю заслуженных воинов домой. Вы получите серебряные щиты, все прослужившие в армии семь лет будут взяты на полное содержание за счет казны. Вы будете наслаждаться почетом. Вы будете богаты, любимы, а ваши жены будут считать вас героями до конца дней ваших. И вас ждет спокойная, тихая смерть. Но это мечты, Крат! Вас уже нельзя назвать македонцами, после того, как вы наплодили детей с персидскими женами и набили мошны золотом. Потому что вы полюбили все то, что губит настоящих мужчин! Неужели это не ясно? И вы не хуже меня знаете все это. Что годы улетят, воспоминания потускнеют, слава от ваших побед померкнет, но одно будут помнить всегда, - вы бросили своего царя в Азии. Ибо я пойду дальше, вместе с армией азиатов.

- Александр. За мой счет вы растите детей, я ничего не брал себе и теперь я прошу всего один месяц. Я дал вам победы, о которых вы и мечтать не могли. Идите домой, а я найму варваров, потому, что они храбры. Я иду на восток».

3.6. Как можно успешно защищаться в споре и дебатах?

1. Уловка «Метод бумеранга. Игра слов, юмор и смекалка».

Эта уловка дает возможность использовать «оружие» партнера против него самого. Этот метод не имеет доказательной силы, но оказывает исключительное убеждающее действие, если применять его с изрядной долей остроумия. Повторимся, именно **убеждающее** действие, которое ориентировано на эмоции, а не **доказывающее**, ориентированное на логику. Приведу вам довольно интересный исторический пример: Демосфен, известный афинский государственный деятель и афинский полководец Фокион были заклятыми политическими врагами. Однажды Демосфен заявил Фокиону: «Если афиняне разозлятся, они тебя повесят». На что Фокион ответил: «И тебя, конечно, тоже, как только образумятся».

Вот еще один интересный пример: «Однажды, когда философ Аристипп проходил мимо Диогена, чистившего на рынке остатки овощей, Диоген насмешливо сказал ему:

- Если бы ты умел кормиться вот этим, не пришлось бы тебе пресмыкаться при дворах тиранов.

- А если бы ты умел общаться с людьми, - ответил Аристипп, - не пришлось бы тебе кормиться остатками овощей».

Для политического деятеля, лектора, руководителя любого ранга просто необходимо уметь быстро и правильно реагировать на непредсказуемые обстоятельства. Искусство применения этой уловки в большей степени, чем другие зависит от врожденных способностей оратора, определяется его находчивостью и быстротой протекания у него психических процессов.

Существует немало анекдотических историй, когда человек быстро, точно и остроумно реагирует на «сложные ситуации» и умело, с достоинством выходит из ситуации, в которой оказался.

Про известного английского государственного деятеля двадцатых годов прошлого столетия Ллойда Джорджа

рассказывают, что один раз в парламенте его критиковала женщина-депутат, которая окончила свою речь словом: «Если бы я была вашей супругой, то дала б вам выпить яда». Ллойд Джордж, не растерявшись, моментально ответил: «Уважаемая, если бы вы были моей женой, я бы с радостью выпил этот яд». [11, стр. 248]

В конфликтных ситуациях юмор не решает проблему, но помогает разрядить накалившуюся обстановку. Чувство юмора – это положительная черта характера, которая стимулирует творческое мышление и улучшает межличностные отношения. **Несерьезными методами можно достичь серьезных результатов.**

Разновидности «метода бумеранга» рассмотрим более подробно далее.

2. Метод игнорирования.

Бывает, что факт, изложенный партнером, не может быть опровергнут, но зато его можно с успехом проигнорировать. Просто выпустите его из виду. Измените русло, в котором происходит диалог и надейтесь, что все забудут то, что вы проигнорировали.

3. Уловка «Нападением в ответ на нападение».

На протест оппонента сможем не отвечать в том случае, если выскажем свой протест. [11, стр. 33] Например, на вопрос мы можем ответить вопросом, ведь задать вопрос намного легче, чем ответить на него, правда? Психологически это также намного выгоднее.

4. Уловка «Чтение в сердцах».

Это одна из уловок, которой часто пользуются спорщики. Суть её заключается в том, что мы ссылаемся на те мотивы, которые заставили собеседника высказать данное утверждение. Примеры: «Вы говорите из жалости к нему...»; «Вас заставляют так говорить интересы данной организации...»; «Вы преследуете личные интересы...»; «Прокурор говорит так только потому, что он по долгу службы обязан это делать. Но как человек, человек не бездушный, он наверняка в глубине души с нами согласен» и т. п. Единственное, что необходимо понимать и помнить, так это то, что обнажая таким способом позицию оппонента, мы его выставляем не в лучшем свете, наносим ему обиду.

Однако, как всегда, есть и исключения из данного правила: «Большинство граждан вашей страны догадывается, начинать

войну против другого государства – значит быть агрессором, но психологически сложно осознавать, что вы живете в подобной стране, сложно согласиться, что вас длительное время обманывали СМИ, которые подконтрольны руководству страны, и уж совсем неважно будет дальше жить в такой стране, где преобладающее большинство людей думает иначе.

5. Уловка «Оттягивание возражения (ответа)».

Например, противник привёл довод, на который трудно сразу найти достойный ответ, поэтому можно постараться незаметно для оппонента «оттянуть возражение». С этой целью ставят вопросы в связи с приведённым доводом, как бы для выяснения его; начинают ответ издали, с чего-нибудь не имеющего прямого отношения к данному вопросу; начинают опровергать второстепенные аргументы, а затем, собрав силы, разбирают главные доводы противника и т. п. Этим методом рекомендуется воспользоваться и в том случае, если вы сильно растерялись, нервничаете, у вас вдруг «пропали» все мысли, в голове путаница. Чтобы не показать противнику своё состояние, можно начать говорить о чём-то постороннем твёрдым, уверенным голосом. Иногда довод противника кажется правильным, но не стоит спешить соглашаться с ним. [10, стр. 499]

6. Непозволенная уловка «Выведение из состояния равновесия (оскорбления, обструкция – намеренный срыв спора)».

Человек, опьяненный эмоциями менее осмотрителен и расчетлив. Такого человека легче дискредитировать и выставить в неудобном свете. Лучше не поддаваться на следующие приемы: насмешка, презрительная улыбка, ироническая насмешка, резко отрицательная оценка высказанных суждений, обидная реплика, перебивание собеседника. Например: «Это старо!»; «Это плоско!»; «Ваши высказывания настолько примитивны!»; «Ерунда»; «Чушь»; «Ахинея»; «По-моему, это все ерунда...»; «Неужели можно поверить в эту чушь...»; «Не надо обманывать...»; «Для того, чтобы говорить такую ерунду необходимо быть хорошим актером. (Давид Жвания)»; «Вы над нами издеваетесь? Вы что, это все, только что серьезно сказали?»; «Вы сами-то верите в свою ерунду?».

Вот фрагмент из романа М. А. Шолохова «Тихий Дон», демонстрирующий такие уловки по отношению к собеседнику.

- Неужели вы думаете, Подтелков, что за вами, за недоучкой и безграмотным казаком, пойдет Дон? Если пойдут, - так кучка оголтелых казаков, которые от дома отбились! Но они, брат, очнутся – и тебя же повесуют!

Чем в более спокойной манере мы будем отвечать на подобные высказывания, тем более высший уровень развития личности это демонстрирует, и такое поведение действительно достойно уважения. Как реагировать на реплики, оскорбляющие вашу личность, рассмотрим более подробно далее.

7. «Уточнение».

Может сложиться и такая ситуация: в процессе обсуждения спорной проблемы один из полемистов замечает, что совершил ошибку. Если последняя будет обнаружена, это дискредитирует позицию выступающего. Открыто признать ошибку по различным соображениям полемист не желает и прибегает к речевым оборотам, позволяющим смягчить и исправить ситуацию: «Я хотел сказать, что...»; «Эти слова неправильно выражают мою мысль, я бы сказал так...»; «Уточню свою позицию и скажу...»; «А точнее...» и др. [10, стр. 499] Все эти приёмы позволительны, да и приемами их можно назвать с натяжкой. Вот только не говорите слов типа: «Я оговорился»; «Я перепутал», «Я пропустил» и т. п. Подобные фразы понижают статус говорящего.

8. Уловка «увести разговор в сторону».

Нередко приходится наблюдать такие ситуации, когда участники обсуждения спорной проблемы затрудняются подобрать необходимые аргументы. Чтобы уйти от поражения, сделать его не столь заметным, они всячески уводят разговор в сторону, отвлекают внимание оппонентов второстепенными вопросами, рассказами на отвлечённые темы. [10, стр. 502]

Их поведение напоминает действие героев рассказа А. П. Чехова «Накануне поста», в котором описывается такая сцена. Степа, гимназист второго класса, сидит над книгой и плачет. У него опять что-то не получается с математикой, он не понимает, как делится дробь на дробь. Его мать, Пелагея Ивановна, будит мужа и велит ему позаниматься с сыном. Павел Васильевич поднялся и пошел к Стёпе. Длительное время он рассуждал вслух, пытаясь объяснить процесс деления дробей, говоря какую-то бессмыслицу. Потом он произнес: «Так, молодец. Ну-с штуkenция

два, то...». Так и не сумев привести доказательства, Павел Васильевич пускается в воспоминания. Он рассказывает о своем учителе математики Сигизмунде Урбановиче, вспомнил своего товарища Мамахина. Дело заканчивается тем, что отец с сыном идут пить чай. Здесь мы видим, что Павел Васильевич начинает философствовать только потому, что не может помочь сыну решить задачу. Участники споров этой уловкой сознательно пользуются. Это, кстати, один из способов ответа на неудобные вопросы. Вот некоторые примеры подобных реплик: «Хотелось бы поговорить о...»; «Кстати, это тоже...»; «Я отвечу вам даже шире, чем вы думаете...».

Например, вы ввели войска на территорию другой страны. Руководство пострадавшей стороны и других стран, которые ее поддерживают и осуждают факт агрессии, предлагают вам провести переговоры, обговорив сложившуюся ситуацию. Вы же в свою очередь, соглашаясь на такой формат переговоров, предлагаете заодно обсудить и спектр экономических вопросов, переводя внимание с основного вопроса (военной агрессии) на второстепенные (экономические риски вашей страны от вступления пострадавшей от вашей военной агрессии страны в союз с другими странами). Для того, чтобы чувствовать себя психологически более комфортно среди участников переговоров, которые осуждают ваши действия, можете прихватить с собой пару стран ваших союзников, которые никакого отношения к обсуждаемому вопросу военной агрессии не имеют.

3.7. Методы опровержения доводов

1. Метод кусков.

Метод состоит в разделении выступления партнера таким образом, чтобы ясно были видны отдельные части (аргументы). При этом можно не касаться сильных аргументов, а сосредоточиться на слабых местах доказательства. Попробуйте опровергнуть именно их. Отрицать можно либо тезис, либо аргументы, либо демонстрацию. Приведем пример, как можно опровергать утверждение оппонента «Высшее образование, полученное в Европейском университете – это залог успешной карьеры»:

(Не) Высшее образование, полученное в Европейском университете – это залог успешной карьеры.

Высшее образование, полученное в Европейском университете - **(не)** залог успешной карьеры.

Высшее образование, полученное в Европейском университете - залог **(не)** успешной карьеры.

Высшее образование, полученное в Европейском университете - залог успешной **(не)** карьеры вовсе, а

2. Метод опроса.

Вопросы являются «ударным инструментом» любой беседы. Их необходимо тщательно продумать, и по возможности предугадать на них ответы собеседника. Вопросы должны быть краткими и содержательными, но при этом предельно точными и понятными. Используя закрытые вопросы (на которые ожидается односложный ответ «да» или «нет»), можно загнать собеседника в глухой угол.

Пример:

- Вы были на совещании?

- Да, конечно.

- Вы слушали выступление генерального директора?

- Да.

- Вы, конечно, заметили, что пункт 1.4. касается непосредственно вас?

- Да.

- Прошу выполнить в установленные сроки.

Ранее мы уже говорили о том, что легче задавать вопросы, чем на них отвечать. Поэтому свою речь можете закончить вопросом к вашему оппоненту. Тем самым вы заставите его отвечать на поставленный вами вопрос, к тому же поломаете его спланированную аргументацию.

3. Атака демонстрации.

Следите, чтобы аргументы действительно подтверждали сделанное заявление (тезис). Ищите слабые места в доказательной базе оппонента.

Пример: «Результаты проведенного исследования могут показать, что некий препарат лечит простуду у людей

определенной группы крови. Однако это вовсе не значит, что он помогает от простуды всем людям.»

Помните пример доказательства: «Я вижу дым, значит, там есть огонь, т. к. дыма без огня не бывает.»? Здесь можно поставить под сомнение *демонстрацию*, связывающую аргумент и тезис: «*Дыма без огня не бывает*». Опровергнув эту часть реплики, вы поставите под сомнение все доказательство.

4. Атака квалификации источника.

Пример: Вернемся к нашему исследованию препарата. Кто проводил это исследование? Насколько квалифицирован этот человек? Если он профессор, то в какой области? Обращайте внимание на источник информации, особенно, если оппоненты умалчивают об этом. Часто очень сложно ответить на вопрос о том, откуда мы знаем ту, или иную информацию. Другое дело, нужно ли помнить все источники информации, которой владеем?

5. Метод «да, а с другой стороны...»

В реальной действительности у любого явления имеются как плюсы, так и минусы. В данном случае вам необходимо спокойно согласиться с партнером (можете даже привести аргументы в пользу его позиции), а потом начать характеризовать этот предмет с другой стороны и показать чего здесь больше плюсов или минусов.

Пример: «Да я вас понимаю, действительно, рассматривая факт с позиции ...».

Именно этот метод использовал в своем выступлении перед воинами Александр Македонский. Этот же способ в подобной ситуации применял главный герой Уильям Уоллас в фильме «Отважное Сердце».

6. Метод сведения к абсурду. Гипербола.

Распространенным приемом опровержения является доведение до нелепости, или сведение к абсурду.

Пример: «Суд. Обвиняется старушка, укравшая чайник стоимостью 50 копеек. Обвинительную речь прокурор закончил так: «...Она посягнула на собственность, а собственность священна, все гражданское благоустройство держится на собственности, и, если позволить людям покушаться на неё, страна погибнет». После этого выступил защитник, он сказал так: «Много бед и испытаний пришлось претерпеть России за её более чем тысячелетнее существование. Печенег терзали ее, половцы,

татары, поляки. Дванадцать языков обрушилось на нее, взяла Москву. Все вытерпела, все преодолела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь... старушка украла старый чайник ценою в 50 копеек. Этого Россия уж, конечно, не выдержит, от этого она погибнет безвозвратно». И суд оправдал старушку».

Данный метод часто используется при высмеивании чего-либо. Летом 2014 украинские блогеры использовали этот метод для опровержения информации о том, что к расстрелу граждан в г. Славянске причастны активисты партии «Правый сектор». Ведь именно так это подали средства массовой информации России, обосновывая это тем, что на месте расстрела граждан была найдена визитка активиста данной партии. Украинские блогеры разместили в сети Интернет массу иллюстраций, которые объединяло наличие изображения визитки правого сектора. Все это выглядело смешно и нелепо, высмеивая тем самым обоснование каких-либо действий наличием визитной карточки.

7. Уловка «Назвать главным тот аргумент выступления оппонента, который легче всего опровергнуть».

Смысл ее понятен из названия. Цель всех уловок состоит в том, чтобы победить противника в ораторском поединке любой ценой. [11, стр.33] Мораль отодвигается в таком случае на задний план. Мы знакомим вас с подобными уловками не для того, чтобы вы сами их использовали, а для того, чтобы вы были готовы к тому, что их могут использовать против вас. Надеемся, также, что знание последних позволит вам сохранять спокойствие и реагировать на подобные техники взвешенно и рассудительно.

Необходимость знания средств такого рода не вызывает сомнения. Каждый, кто борется за свои убеждения, ищет правильные решения, утверждает истину, должен не только сам быть вооружен, но и хорошо знать методы своего оппонента. Умение распознать ту или иную уловку, показать, с какой целью она использована, дать достойный отпор противнику – необходимое качество полемиста. [10, стр. 511]

Примеры: «Ваш главный аргумент опровергнуть очень легко...»; «Основная ваша мысль в том, что ... , но это не серьезно, так как...»; «Вся ваша речь сводится к тому что, ... , но ведь ...».

8. Уловка «обнажив красноречие, мы приуменьшаем его значение».

Здесь из названия также все становится ясно. Пример: «Мы слышим, как искусно обвиняет прокурор, ведь много лет ему приходится это делать. В искусстве обвинения ему нет равных».

Или вот еще образец подобной уловки: «Много красивых слов мы услышали, но о чем он говорил?...»

Если вернетесь к речи Александра Македонского перед войском, вы также найдете в ней подобную уловку.

Все рассмотренные выше методы доказательства вы сможете услышать в речах людей, пытающихся отстоять свою правоту. Для анализа возьмем эпизод из фильма «300 спартанцев» режиссера Рудольфа Мате, с Ричардом Игоном в главной роли. (Время: 0.13.29. - 0.20.20.)



Упражнение. Ситуация такова, представители разрозненных городов-государств Греции собрались в Коринфе для обсуждения важного вопроса - нападение армии азиатского царя Ксеркса. Предлагаем вам стать свидетелем этой горячей дискуссии великих греческих правителей и проанализировать нижеприведенные дебаты на наличие способов убеждения и уловок.

«- Как я говорил раньше, независимость наших городов есть краеугольный камень нашей свободы. Следовательно, я предлагаю, чтобы каждый город разбирался с этой проблемой независимо, не роняя своего достоинства. Но также, и без тщетной героики, которая может закончиться только массовым самоубийством греческой расы.

- Фемистокл. Десять лет назад отец нынешнего короля Персии вторгся в Грецию у Марафона. По этому случаю, афиняне поднялись, чтобы отбить его атаку. Наши спартанские друзья, которые знамениты своим смирением, ничуть не меньше, чем искусством воинов, добровольно бросились на помощь. Но задержались, если я правильно помню, из-за религиозного праздника, тогда как афиняне, без какой-либо помощи, находящиеся в меньшинстве, десять к одному, напали на оккупанта и сбросили его в море...

- У нас нет времени для уроков истории сейчас, сегодня дела обстоят по другому. (перебивая речь Фемистокла)

- Фемистокл. Да, сегодня дела обстоят по-другому. Сегодня опасность гораздо больше. Вся Азия вознамерилась расправиться с нами. Людей во много раз больше, чем у нас в Греции. И эти люди свирепые, дикари, кровожадные и безжалостные. Но мы должны бояться их не поэтому, не в этом источник их силы. Их сила в их единстве. Единство. Помните, это единственное ужасное слово, которое явно уничтожит Грецию, если мы не противопоставим ему наше собственное единство. Единство свободных людей, сражающихся вместе, сопротивляющихся этой объединенной волне тирании.

- Мы все знаем, что Фемистокл - мастер слова. Но прежде чем мы разрешим себе повестись на его слова, подумаем о других словах, которые также были произнесены. Разве Афины не посылали и не получили предсказание дельфийского оракула. Ну, Фемистокл, в самом деле. Ни один греческий город-государство не действует, не посоветовавшись, прежде всего с богами. Так почему же не открыть это предсказание нам, вместо того, чтобы пытаться ввязать нас в безнадежную войну.

- Фемистокл. Безнадежных войн не бывает дружище, только безнадежные трусы. (произносит, перебивая говорящего)

- Ты уходишь от ответа. Так получилось, что я знаю это предсказание наизусть. Вот оно. *Бегите на край света, вы обречены. Покиньте ваши дома, потому что огонь и длинные руки бога войны все равно дотянутся до вас.* По мне, так очевидно, что боги предсказывают скорую кончину Афинам.

- Фемистокл. Правда замечательно, что среди нас есть такой умный человек? Он не только знает, как красть государственные секреты, но еще и понимает толкование богов. Раз мы коснулись священного текста, то я больше не вижу никаких причин держать его в секрете. А вот и остаток этого предсказания. *И вот, что тогда будет вручено в ответ на молитвы афинян. Деревянная стена обезопасит вас и ваших детей.* Может быть вы сможете объяснить, что эти слова означают?

- Они лишены смысла.

- Фемистокл. Лишены смысла? Ты хочешь сказать, что боги говорят глупости.

- Не надо приписывать мне чьи-то слова. Не надо запутывать вопрос. Ты знаешь, что ни одна деревянная стена не выдержит

такую армию, как у Ксеркса. В любом случае, в Афинах больше нет деревянной стены.

- Фемистокл. И где ты украл эту информацию?

- Что эта стена появилась? Ответь мне, да или нет?

- Фемистокл. Да!

- Деревянная стена?

- Фемистокл. И просто великолепная. Я знаю, почему она такая хорошая, потому что я командовал строительством этой стены. Наши новые афинские корабли. Команды, состоящие из храбрейших моряков мира, вот наша деревянная стена. Стена, которая, как сказано в пророчестве, обезопасит нас от всего. Боги не лгут. Разве нам нельзя прислушиваться к их словам? Разве вместо этого мы будем слушать глупцов, воров и богохульных трусов?

- Это оскорбление.

- Фемистокл. Вслед за божественным советом Афины будут драться до победного конца. Афины приглашают участвовать в победе всю Грецию...

Теперь вы услышите слова, которых не слышали, за всю историю нашей страны. Афины, чтобы доказать доверие Спарте и ее доблести отказывается от лидерства на море и отдают свои корабли под командование спартанцев. С этого дня каждый афинский корабль будет подчиняться спартанским приказам».

Знаете что такое «ассертивность»?

В качестве примера ассертивного поведения можем привести эпизод из фильма «Суворов». (Время 01.28.00. – 01.31.20.)

Здесь на заседании военного совета обсуждается спорный вопрос. После изложения своего рискованного плана вывода войск из окружения, Суворов спросил: «Ну как, господа военный совет? Штурм?». И в ответ услышал от своих полководцев: «Штурм, штурм». Лишь один из них выкрикнул: «Безумие! Армия измучена!». Тогда Суворов с лицом, на котором не было признаков отрицательных эмоций, спокойно к нему подошел и произнес: «В величайшей, всесокрушающей храбрости моих чудобогатырей не сомневаюсь. Карпыч, прикажи собрать стариков, буду говорить с ними. А твои австрийцы пойдут в резервах (ответил он данному полководцу). Господа офицеры, прошу к войскам». Все слова были сказаны без агрессии, уверенно и

спокойно, как подобает великому военачальнику. Это и есть образец асертивного поведения.

Высказывать свою точку зрения можно, используя наиболее употребляемые **штампы уверенных высказываний** собственного мнения (но не злоупотребляйте, чтобы речь не выглядела субъективно):

- | | |
|--|----------------------------|
| - По моему мнению... | - С моей точки зрения... |
| - Мне кажется, что... | - Что касается меня, то... |
| - Как по мне, так... | - Должен заметить, что... |
| - Хочу добавить следующее... | - От себя добавлю, что... |
| - Искренне убежден... | - Думаю, что... |
| - Я хотел бы подчеркнуть... | - Уверен, что... |
| - Насколько я понимаю... | - Искренне убежден... |
| - Глубоко убежден... | |
| - И нет у меня сомнений в том, что ... | |
| - И не может быть сомнений по поводу ... | |
| - Ещё раз вынужден повторить, что ... | |

Логическим завершением этого раздела будет **просмотр и анализ фильма Никиты Михалкова «12» на предмет использования методов убеждения и доказательства.**



Упражнение. Проанализируйте фильм и дополните следующий список методов:

- 0.21 – «как все», «мнение авторитетов», «образное сравнение», «апелляция к чувствам»;
- 0.26 – уловка «это всем понятно, результаты на лицо»;
- 0.30 – уловка «аргумент к человеку – еврейская штучка»;
- 0.36 – шокирующая история;
- 0.42 – «метод шок», обобщение и сравнение, дедукция, апелляция к чувствам;
- 0.53 – абсурдный пример, гипербола;
- 0.56 – уловка «опровержение главного аргумента»;
- 0.58 – эффективное опровержение фрагмента тезиса;
- 01.13 (01.23) – мнение специалиста (авторитетное мнение);
- 02.01 – «нейтрализация предвзятой аудитории», пример.



Упражнения для самостоятельной работы.

1. Вопросы по занятию

- Кому принадлежат эти слова: «Ни один человек, который решил действительно преуспеть в жизни не должен тратить время на личные споры»?

- Какие характерные черты споров?
- Какие отличительные особенности дебатов?
- Какие составные части доказательства?
- Какие факторы, влияющие на процесс изменения взглядов человека, вы можете назвать?
- Какие методы доказательства вы знаете?

2. Вставь пропущенное слово

- По целям, которые преследуют зачинщики, споры можно разделить на _____ группы.

- Чем человек менее _____, тем чаще является зачинщиком спора», - слова академика Шейнова В. П.

3. Кроссворд

Способ поведения, при котором человек знает, чего он хочет и чего не хочет (по крайней мере, в данной конкретной ситуации), и может это четко сформулировать (без страха, неуверенности, напряжения, иронии, сарказма и других форм нападения на другую сторону), не действует в ущерб кому-либо, уважая права других людей, но не позволяя вить из себя веревки. Э. Берн в книге «Люди, которые играют в игры, игры в которые играют люди» говорит о том, что такое поведение соответствует эго-позиции взрослого человека. Такое поведение называется +с+++++++ым.

4. Тесты

- Логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой – это:

- А) Аргумент
- Б) Тезис
- В) Доказательство

5. Продолжи историю

История науки знает спор, который велся между выдающимися физиками Эйнштейном и Бором...

Раздел 4. СЕКРЕТЫ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

«Научись слушать, и ты сможешь извлечь пользу даже из тех, кто говорит плохо», - утверждал Плутарх.

Перечень рассматриваемых вопросов:

- 4.1. Единица социального действия (процесс общения).
- 4.2. Виды речевой деятельности и важность слушания.
- 4.3. Отождествление, эмпатия и рефлексия.
- 4.4. Элементы социального взаимодействия. (Факторы, которые влияют на установление контакта между людьми)
- 4.5. Приемы доминирования в общении.
- 4.6. Виды и приемы эффективного слушания.
- 4.7. Классификация вопросов.

Упражнение «Определи типы вопросов». Фильм «Адвокат дьявола» с Киану Ривзом. Время: 00.04.50 – 00.08.50.

Упражнения для самостоятельной работы.

4.1. Единица социального действия (процесс общения)

Однажды Аристотелю отдали на обучение очень разговорчивого молодого человека. После длительного общения он спросил у своего наставника, какую плату тот возьмет с него за обучение.

«- С тебя - вдвое больше, чем с остальных, - ответил философ.

- Почему? - удивился тот.

- Потому что с тобой предстоит двойная работа: прежде чем научить тебя говорить, мне надо научить тебя молчать».

Заметьте, что умение молчать, а именно, слушать, философ оценил наравне с умением говорить. Со времен античности многие всемирно известные исследователи изучали процесс общения между людьми. Ученые задаются вопросом: «В чем секрет эффективного общения и чем обладает приятный собеседник в отличие от такого, кто им не является?» Предлагаю рассмотреть схему диалога, а точнее транзакцию, состоящую из единичного

стимула и единичной реакции, вербальной или невербальной, то есть словесной или несловесной, другими словами рассмотрим единицу социального действия:

Единица социального действия

Первая сторона	Вторая сторона
<p>1) Говорю</p> <p>2) Отслеживаю реакцию на свои слова</p> <p> </p>	<p>1) Слушаю (воспринимаю):</p> <ul style="list-style-type: none"> - вербальную информацию (слова) - невербальную информацию (интонация голоса, мимика, жесты, визуальный контакт) <p>2) Обдумываю (цели высказывания, потребности говорящего)</p> <p>3) Реагирую на слова:</p> <p> </p> <p> Вербально: - вопрос - мнение </p> <p> Невербально: - визуальный контакт - мимика и жесты - интонация голоса </p>

Когда кто-либо говорит, мы его слушаем и наблюдаем за его поведением (мимикой, жестами, голосом). Из экспериментальных исследований известно, что более 80% информации передается невербально, то есть через нашу интонацию, мимику (микровыражения) и жесты. Увиденное и услышанное мы обдумываем. Даже если словесно мы не реагируем, то невербальные сигналы все равно от нас исходят. Наш собеседник, тем временем, отслеживает ответную реакцию на свои слова.

4.2. Виды речевой деятельности и важность слушания.

Залог успешного общения можно выразить такими словами:

«Говорить так, чтобы слушали,
слушать так, чтобы говорили».

Именно эти два вида речевой деятельности и определяют успешность устного общения. Первому мы уделили достаточно внимания при рассмотрении предыдущих разделов книги, а сейчас мы раскроем вторую составляющую успешного общения. А также научимся задавать нужные вопросы.

Из четырех видов речевой деятельности: говорения, слушания, письма и чтения больше всего «не повезло» слушанию. Начиная с дошкольного возраста у ребенка успешно развивают речь, учат писать и читать, а вот методика обучения слушанию речи почти не разработана. [7, стр. 90]

Когда мы провели опрос на тему: «Кто такой хороший собеседник?» - то подавляющее большинство ответивших поставило на первое место требование, что этот человек должен, прежде всего, уметь слушать. И это не случайно. Очень многие из нас «плохие» слушатели, или не слушатели вовсе. Уж не потому ли это, что эти многие думают так, как писал А. С. Пушкин в романе «Евгений Онегин»: «Мы почитаем всех нулями, а единицами - себя». Часто мы только делаем вид, что слушаем, дожидаясь лишь момента, чтобы высказаться самому. А, ведь, плохое слушание обижает говорящего и является «антикомплиментом» нашему собеседнику.

Еще в древности говорили: «Бог дал тебе два уха и один рот. Почему же ты не пользуешься ими в такой последовательности?» (древнегреческий философ Эпиктет). О молчаливом человеке хоть и не скажут, что он умный, но и не скажут, что он глупый.

Приведем еще одну цитату, как нам кажется очень уместную здесь. «Первый шаг к мудрости – молчание, второй – слушание, третий – запоминание, четвертый – действие, пятый – изречение мудрости» - произнес однажды советский журналист и писатель Нодар Джин. [24, стр. 232] Люди же часто делают с точностью наоборот.

Большинство людей слышат хорошо, а слушают плохо. Слушать – это значит не только воспринимать звук, но и понимать его значение. Исследования показывают, что умением выслушать собеседника спокойно и целенаправленно, вникнуть в суть того, что говорится, обладает не более 10 % людей! [10, стр.24] Может это

и преувеличение, но представьте себе ситуацию, мы обращаемся к людям, а слышит нас только каждый десятый. А теперь подумайте о том, что будет, если мы не найдем того десятого. Нас в таком случае вообще никто не будет слышать!

Предлагаю прислушаться к словам, которые пишет М. Ю. Лермонтов в повести «Герой нашего времени»: «Мне хотелось вас заставить рассказать что-нибудь. Во-первых, потому-то слушать менее утомительно, во-вторых - нельзя проговориться, в-третьих – можно узнать чужую тайну, в-четвертых, потому что такие умные люди как вы лучше любят слушателей, чем рассказчиков». И тогда, после общения со знакомым вас не будет беспокоить чувство опустошения, возникающее вследствие того, что вы ничего нового не узнали, а только сами излили ему душу.

4.3. Отождествление, эмпатия и рефлексия

Более искусен в общении тот, кто прислушивается к таким трем понятиям. Первое из них - идентификация (от лат. Identifico – отождествление, уподобление) выражает простой эмпирический факт, что одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя ему. Это, разумеется, не единственный способ, но в реальных ситуациях взаимодействия люди пользуются таким приемом, когда предположение о внутреннем состоянии партнера по общению строится на основе попытки поставить себя на его место. Существует тесная взаимосвязь между идентификацией и другим близким по содержанию явлением - явлением эмпатии (от греч. empatheia - сопереживание).

Эмпатия - это способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания. Только в этом случае имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, а, скорее, эмоциональный отклик на его проблемы. Эмоциональная природа этого понятия проявляется именно в том, что ситуация другого человека, например, партнера по общению, не столько продумывается, сколько «прочувствуется».

Взглянуть на вещи с чьей-то точки зрения необязательно означает отождествить себя с этим человеком. Если я

отождествляю себя с кем-то, то это значит, что я строю свое поведение так, как строит его этот другой. Если я проявляю к нему эмпатию, я просто принимаю во внимание его линию поведения (отношусь к ней с сочувствием), но свою собственную - могу строить совсем по-иному. И тот, и другой аспекты важны. Но оба случая требуют решения еще одного вопроса: как партнер по общению будет меня понимать? От этого будет зависеть наше взаимодействие. Процесс понимания друг друга осложняется явлением рефлексии (от лат. reflexio - обращение назад). Это понятие означает не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Ставя себя на место собеседника, проявляя к нему сочувствие, и понимая, как воспринимают нас, мы существенно повысим эффективность общения с окружающими.

4.4. Элементы социального взаимодействия. (Факторы, которые влияют на установление контакта между людьми)

Как устанавливается разговор между двумя людьми?? Предлагаю рассмотреть этот вопрос подробнее.

Встречаются два человека. У каждого своя манера поведения и общения, которые определяются отличительными особенностями характера каждого, его жизненным опытом, а также настроением в данный момент. Возьмем ситуацию, когда при встрече в процессе общения, каждый из этих людей имеет определенную цель. Представьте себе, что будет, если двое собеседников одновременно будут говорить каждый про что-то свое. До тех пор, пока оба говорящих не подстроятся под стиль общения друг друга, пока они не согласуют свои методы и приемы общения, процесс коммуникации будет неэффективным и неприятным для собеседников. А именно, есть некие факторы, так называемые элементы социального взаимодействия, по которым происходит «подстройка». Рассмотрим из них пять основных:

1. Продолжительность и частота реплик (время произнесения речи).

Когда встречается двое людей, то в основном все время их встречи заполняется разговором. Иначе, возникают неудобные и томительные паузы. Если один говорит 60% времени (условно говоря), то второму остается 40%. Если бы сумма обеих частей превышала 100%, то это бы означало, что собеседники перебивают один другого (говорят одновременно). Итак, первое, что собеседники должны сделать (если можно так выразиться) - это «согласовать время», на протяжении которого будет говорить каждый из них.

2. *Темп речи (быстрота произнесения слов, длительность используемых пауз и их частота).*

Несовпадение темпа речи говорящих, равно как и других параметров голоса, влияющих на интонацию (высота и громкость голоса), может вызвать неприятные ощущения у собеседников и даже раздражение. Чем сильнее эта непохожесть, тем более вероятно появление этих негативных эмоций. Подстроиться под темп речи собеседника - значит учесть еще один фактор, который влияет на расположенность к беседе. Схематично, вышесказанное представлено на рисунках 10.1 и 10.2:

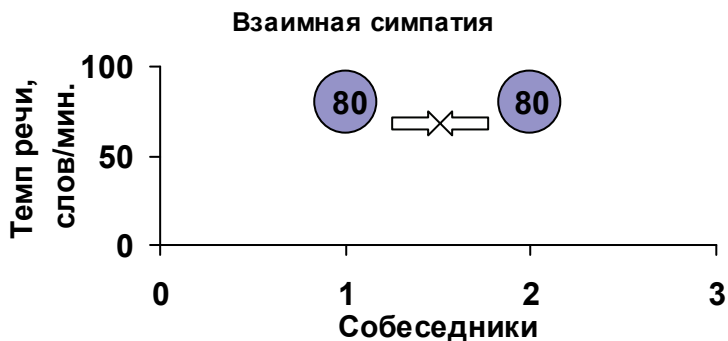


Рисунок 4.1 - Влияние темпа речи на уровень симпатии к собеседнику.

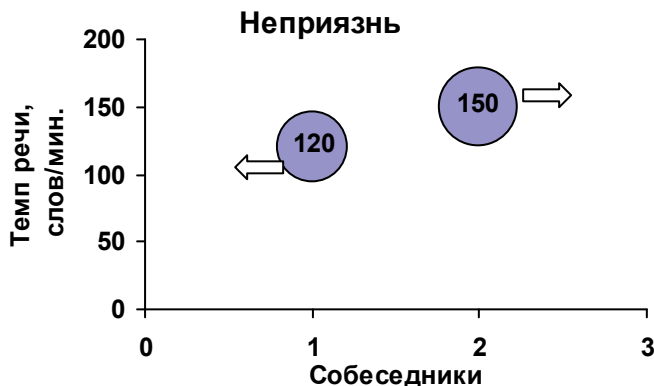


Рисунок 4.2 - Влияние темпа речи на неприятнь собеседника.

Изречение: «**Родство порождает симпатию**», как нельзя лучше подтверждает исследования влияния элементов социального взаимодействия на установление контакта между собеседниками. Сами того не осознавая, даже без слов мы всегда подаем определенные сигналы, которые несколько облегчают процесс общения. Начиная говорить, мы невольно отводим взгляд в сторону, сосредотачиваясь на содержании. Вспоминая что-либо, например, мы бросаем взгляд, как правило, влево. Время от времени мы обращаем свой взгляд на партнера, для того чтобы убедиться насколько нас внимательно слушают, согласны ли с нами и слушают ли вообще. Заканчивая говорить, мы смотрим на собеседника, как бы давая ему понять, что слово за ним. Подобное поведение человека при разговоре описывают многие авторы, в том числе и Пол Экман в книге «Психология лжи».

3. *Эмоциональное состояние* является третьим фактором, влияющим на атмосферу общения. При встрече очень многое зависит от того, какое они имеют настроение. Если, например, один возбужден, а второй находится в подавленном состоянии, то это будет отражаться на процессе общения. При этом, на одно и тоже, они будут реагировать по-разному. Нелегко, пожалуй, им будет найти, в таком случае, общий язык.

4. *Цель и предмет встречи* будет четвертым фактором, который мы назовем. Кто быстрее найдет точки соприкосновения в диалоге, те люди, которых что-либо объединяет, или же те, у

кого нет общего предмета для разговора? А если последние еще и цели разные имеют? Дисгармония в отношениях возникает тогда, когда каждый хочет делать что-то свое, говорить о своем, и цели каждый преследует только свои. Например, встретились два ученых. Один из них физик, а второй экономист. Если интересы этих людей не выходят за пределы их научных трудов, то вряд ли этим людям будет интересно общаться. Таким образом, чем более разносторонние интересы мы будем иметь, тем более интересным собеседником будем для окружающих.

Понятно, что для нормального общения необходимы уступки с обеих сторон. Без обоюдных усилий про нормальное взаимодействие вообще речь идти не может. В отношениях между людьми нельзя только брать, нужно и отдавать. Общение в группе вынуждает человека сдерживать свой эгоизм и учитывать интересы и потребности коллектива. [11, стр. 155].

Человек, с высоким эмоциональным интеллектом легче приспосабливается к новому, адаптируется в коллективе, менее болезненно изменяет свои ошибочные убеждения и подстраивается под стиль общения другого.

5. *Совпадение невербальных сигналов* также относится к группе факторов, которые влияют на процесс общения. «Иногда сама только походка и жестикуляция человека, с которым придется общаться, вызывает отвращение». Что здесь еще сказать, если даже мизерное количество флюидов, которое мы ощущаем при встрече этого человека приводят к появлению у нас шквала не совсем хороших эмоций. И все из-за непохожести на нас самих.

4.5. Приемы доминирования в общении

Рассмотренные ниже приемы можно использовать для того, чтобы подчинить в разговоре своего собеседника, перехватить инициативу и показать «кто здесь главный». Часто для этого используют так называемые приемы доминирования, которые выражаются в том, что властная особа говорит громко и быстро, перебивает собеседника, говорит тоном, который не терпит пререканий (металл в голосе), не допуская длинных пауз в своей речи. Такое поведение, как правило, воспринимается нормально, если

соответствующее должностное лицо пользуется авторитетом в коллективе.

Для доминирования в разговоре говорящий может переводить обсуждение на темы, хорошо ему знакомые, тем самым демонстрируя эрудицию и превосходство.

Показать «кто главный» позволяют такие типичные схемы ведения дискуссии как: вопрос-ответ и претензия-оправдание. Отвечающий на вопрос принимает позицию задающего вопрос и зачастую имеет статус оправдывающейся стороны. Высказывающий претензию имеет статус нападающего, а тот кто оправдывается выглядит обороняющимся или отступающим, что со стороны выглядит понижением статуса.

Призывы и требования также помогают доминировать при общении. **Скажи о том, что ты хочешь, и ты получишь это!** Но часто, мы просто не отваживаемся идти на конфронтацию или прямо заявить о том, что нам нужно!

Если речь идет о совершении какого-либо действия, призыв действеннее, чем вопрос. Вопрос предполагает необходимость искать решение, призыв же преподносит его как данность. Стиль коммуникации становится прямым и непосредственным. Не спрашивайте, а побуждайте действовать!



Упражнение. **«Переформулируйте вопросы в призывы».**

Пример: «Можешь мне подать вон ту ручку?» - «Подай мне, пожалуйста, вон ту ручку!» - «Подай ручку!»

1. Вопрос: «Поможешь поддержать?», призывы:

2. «Присмотришь две минуты?», призывы:

3. «Сделаешь это до вечера?», призывы:

Зачастую, чтобы отстоять свою правоту и быть в выигрыше говорящий использует блеф (придуманные аргументы,

умалчивание, явная ложь и т. д.)! Но при этом помните, что все ваши слова отпечатываются на вашем имидже.

4.6. Виды и приемы эффективного слушания

Вот некоторые принципы хорошего слушания, которым следует придерживаться, если вы рассчитываете на эффективное общение:

1) Концентрация на собеседнике. В процессе разговора воспринимайте не только вербальную (словесную), но и невербальную информацию (мимика, жесты, позы). [45]

2) Демонстрация понимания своего собеседника. [10, стр. 28]

3) Избегание оценок, советов и критики. [10, стр. 30]

Различают два вида слушания: рефлексивное и нерефлексивное (Таблица 10.1). Нерефлексивное слушание состоит в умении внимательно молчать и не вмешиваться в речь собеседника своими замечаниями. Это особенно помогает при чрезмерной взволнованности собеседника. Рефлексивное же слушание, заключается в активном вмешательстве в речь собеседника, оказание ему помощи в выражении своих мыслей и чувств, и таким образом создания благоприятных условий для общения. [10, стр. 26].

Приемы, которые мы рассмотрим, позволят продемонстрировать нашу заинтересованность в общении и расположить к себе собеседника, мы все их часто, время от времени, применяем.

Таблица 4.1

Виды активного слушания

1	Нерефлексивное слушание	Собеседник демонстрирует доброжелательность внимательным взглядом, мимикой, жестами (кивком головы), активной позой, межличностным пространством и т. д.
2	Положительная эмоциональная реакция	«Да-да», «Угу», «Ага» и т.п. «Ух», «Ах», «Здорово», смех, «Да ну!», и пр.

3	Эхо	Повторение слов собеседника с вопросительной интонацией. Используется вместо вопросительного слова: « Почему? », которое особо негативно воспринимается в конфликтных ситуациях.
4	Перефразирование и (или) подытоживание	Передача содержания высказывания партнёра другими словами: «Другими словами...», «По вашему мнению...», «то есть получается, что...», «Как я понимаю...». Пример подытоживания: «Если обобщить, то...», «В общем ...».
5	Побуждение	Уточняющие вопросы оживляют слушание, побуждают собеседника продолжить прерванную речь («Ну и...», «А затем», и т. п.)
6	Уточнение	Вы можете обратиться к говорящему и поинтересоваться, это ли он имел в виду. Пример: «Я вас правильно понял?», «Точно?».
7	Оценки (совпадение настроения), сочувствие	(«Это очень интересная тема...», «Это будет актуально», «Вероятно, вы почувствуете...», «Вы, наверное, расстроены», «Удивительно», «Блестяще», «Прекрасно», «Интересно» и т. п.)
8	Эффект продолжения	Когда слушающий вклинивается в речь говорящего и пытается завершить фразу, начатую говорящим, «подсказывает слова».
9	Телесно ориентированные знаки сопереживания + соответствующий лексикон.	Употребление тех слов, которые использует сам собеседник. Визуал – вижу, представьте, вырисовывается, выглядит, ... Аудиал – слышу, звучит, говорит, твержу, ... Кинестетик – чувствуешь, мороз по коже, ...

10	Подражание голосу (совпадение настроения).	Соответствие интонации (громкости, высоты и темпа речи) партнеров по общению – фактор, влияющий на установление доверия с собеседником.
11	Нерелевантные высказывания. («Меняем тему разговора»)	Высказывания, не относящиеся к делу или относящиеся лишь формально. Примеры: "а в Гималаях все иначе" и следует рассказ о Гималаях; "кстати, о музыке ... "; «если рассмотреть более широко этот вопрос ... ».

Помните, слушать можно: **активно** (показывая своему собеседнику, что Вы его понимаете), **внимательно** (вникая в суть) и **аналитически** (читать между строк).

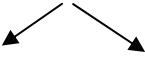
Не всегда, однако, следует уповать только на магическую силу слова, молчание тоже имеет свои преимущества. Молчание можно использовать в целях критики или презрения. [43]

4.7. Классификация вопросов

Задавая вопросы в процессе беседы, вы проявляете интерес к собеседнику, делая тем самым ему скрытый комплимент, и в результате добиваетесь атмосферы взаимного доверия. Но задавать их, тоже надо умеючи. Возможная классификация вопросов представлена в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Классификация вопросов

В зависимости от <u>логической структуры</u>	Открытые вопросы	Закрытые вопросы
	<p>На эти вопросы не логично будет ответить «да» или «нет», они требуют какого-то объяснения. Как правило, они начинаются с вопросительного слова («как», «когда», ...)</p> <p>Примеры: «Что такое этикетика?»; «А что у вас продается лучше всего?».</p> <p>Такие вопросы, как правило, задают с целью получить новую информацию, раскрыть собеседника.</p> <p>Пример вопроса с негативной целью: «Когда Вас унизили и выставили за дверь, как к этому отнеслись ваши коллеги, которых Вы подставили?»</p>	<p>Это вопросы, на которые ожидается ответ «да» или «нет». Они резко сужают «пространство для маневра» у вашего собеседника.</p> <p>Примеры: «Вы делаете по утрам зарядку?»; «Вы хотите зарабатывать больше?»; «Если мы сможем ликвидировать этот нюанс, вы готовы сделать заказ?».</p> <div style="text-align: center;">  <p>«Да» «Нет»</p> </div> <p>Как правило, задают их с целью что-либо уточнить, подвести к необходимому выводу.</p> <p>Пример: «Вы готовы подписать договор в следующую среду в 15-00?»</p> <p>Пример с негативной целью: «Так Вы отказываетесь ехать поездом, несмотря на то, что прекрасно понимаете, что это дешевле?»</p>

Альтернативные вопросы	Разделительные вопросы
<p>Эти вопросы предоставляют возможность выбора, одновременно ограничивая его.</p> <p>Пример: «Вас устроит понедельник или вторник?» (О других днях недели умалчивается)</p> <p>Задают с целью что-либо уточнить, подвести к необходимому выводу.</p> <p>Пример: «Какой из товаров вам понравился больше, синий или черный?».</p> <p>Будьте активны, предложите свои модели оценки ситуации, или критерии выбора, исходя из которых собеседнику нужно принять нужное Вам решение.</p> <p>Пример негативных альтернативных вопросов: «Вы случайно не замечаете ошибок или делаете это намеренно?»</p>	<p>Пример: «Вам нравится ваша профессия, так ведь?».</p> <p>Являются разновидностью закрытых вопросов. Предполагается ответ скорее да, чем нет (Возразить нам сложнее).</p> <p>Пример: «Вам нравится ваша профессия, не так ли?» (Предполагается ответ скорее нет, чем да.)</p>

<p>По форме</p>	<p>Корректные вопросы</p> <p>Если в основе лежит истинное утверждение, то вопрос считают логически корректным (правильно поставленным).</p> <p>Примеры: «Ты съел конфеты?»; «Вы ограбили эту квартиру?».</p>	<p>Некорректные (провокационные) вопросы</p> <p>Неправильно поставленные. В основе таких вопросов часто лежат ложные, неопределенные (несуществующие) события.</p> <p>Примеры: «Вы съели конфеты все сразу или по частям?» (Предполагается, что вы их съели); «Вы перестали бить своего отца?»; «А пить будете Кока-Колу? (Предполагается, что вы что-то будете пить)»; «Вы, наверное, лишнего хильнули, если такое утверждаете?».</p>
<p>По составу</p>	<p>Простые вопросы (они не включают в себя другие вопросы)</p> <p>Пример: Где ты сегодня была? (Вопрос задан один и ответ предполагается тоже один).</p>	<p>Сложные вопросы (их можно разбить на несколько простых).</p> <p>Примеры: «Когда и куда мне необходимо для этого подъехать?»; «Когда у нас при университете появится новый учебный корпус и спортзал?».</p>



*Упражнение. «**Типы вопросов**».* Определите, к какому типу относятся данные вопросы:

- «Как вы относитесь к..?»
- «Что вы больше предпочитаете...?»

- «А сколько должно быть...?»
- «А что если...?»
- «А что думаете о недостатках такой системы...?»
- «А чем эта модель вам понравилась и в чем вы видите ее недостатки?»
- «Вчера швейцарские СМИ сообщили о том, что Швейцарское правительство арестовало счета в швейцарских банках, ваши, Александра Януковича и еще около двух десятков бывших членов правительства Украины. Кроме этого в отношении Виктора и Александра Януковичей возбуждено уголовное дело об отмывании денег. Как вы с таким шлейфом планируете дальше бороться за власть?» (вопрос Виктору Януковичу на пресс-конференции в Ростове от журналиста Тимура Сазонова представляющего российскую газету «Крестьянин»). Примечание: если интересен ответ на данный вопрос, можете посмотреть видео по ссылке - https://www.youtube.com/watch?v=4g_xgx5SskpA.
- «Вы не раз говорили, что покинете президентское кресло когда поймете, что вас не поддерживает большинство. Я бы хотела уточнить. А как вы это почувствуете? Ведь в стране нет независимого телевидения, оппозиция не бывает на белорусском телевидении, в стране не работают независимые социологические центры, принят закон «Больше трех не собираться». Скажите, что должно произойти в стране, чтобы вы сложили с себя президентские полномочия, встали и сказали: «Я ухожу!» Что еще должно случиться?» (вопрос Александру Лукашенко на пресс-конференции от журналистки Марины Коктуш представляющую газету «Народная воля»). Примечание: соответствующее видео по ссылке – <https://www.youtube.com/watch?v=cCuq-J8JLVw>.
- «Сейчас мы имеем ситуацию с блокированием частей Украинской армии в Крыму людьми в форме очень похожей на российскую военную форму. Это были российские солдаты?» (вопрос Владимиру Путину на встрече с представителями СМИ от 4 марта 2014 года) Примечание: если интересен ответ на данный вопрос, можете посмотреть видео по ссылке - https://www.youtube.com/watch?v=54_g8Qgvacs.

Задавая уточняющие вопросы, мы можем заставить собеседника усомниться в своей позиции. В том случае, когда мы

задаем вопросы, а не доказываем свою правоту, мы не противопоставляем себя собеседнику, а лишь подталкиваем последнего усомниться в своих словах.

Вместо реплики: «Это не всегда работает! ... » Можно задать уточняющие вопросы и подвести собеседника к нужному вам решению: «А есть исключения? Когда эта модель может не сработать?...» Мы ведь знаем, что чем яростнее мы будем отстаивать свою точку зрения, тем сильнее будет возникшее противодействие. И наоборот, чем незаметнее и тоньше метод убедительного воздействия, тем он эффективней и действенней.

Соискателю на звание кандидата (доктора) наук при публичной защите диссертации советуют проявлять скромность в оценке своих научных результатов и тактичность относительно тех, кто задает вопрос. Прежде чем отвечать на вопрос, необходимо внимательно его выслушать. Важно научиться сохранять хладнокровие, даже когда вам задают каверзные или даже грубые (некорректные) вопросы.



Упражнение. В фильме «Адвокат дьявола», Киану Ривз играет роль адвоката, который не проиграл ни одного дела. Приведем фрагмент из этого кинофильма, когда на суде наш красноречивый адвокат допрашивает свидетеля (00.04.50 – 00.08.50). Просмотрите фрагмент и определите типы используемых адвокатом вопросов.

«Адвокат. Не было ли у вас проблем с дисциплиной на математике?...

Адвокат. Нет? Но разве мистер Геттис никогда не оставлял вас после уроков? Может и в этот раз он оставил вас для беседы о дисциплине?

Свидетель. Нет.

Адвокат. А другие учителя после уроков вас оставляли?

Свидетель. Раз или два.

Адвокат. Чтобы поговорить с вами о вашем поведении?

Свидетель. Я не знаю, чего хотели другие учителя. Сами у них спросите.

Адвокат. Вы передавали на уроках записки или рисунки, чтобы посмеяться над учителем?

Свидетель. Нет.

Адвокат. Нет? И никогда не называли его «поганым боровом»?

Свидетель. Нет.

Адвокат. Это же твой почерк, да?

Свидетель. Да, но...

Адвокат. Ты писала это на его уроках.

Свидетель. Это шутка.

Адвокат. Он поганый жирный боров. И точно пожирает тысячу оладьев на завтрак. Это ты писала о мистере Геттисе, верно?

Свидетель. Это была только шутка.

Адвокат. Ты когда-нибудь приглашала к себе друзей, Барбара, когда твоих родителей не было дома?

Свидетель. Да.

Адвокат. Ты слышала о такой игре, она называется «Укромные местечки»? ...Ты играла в «Укромные местечки»?

Свидетель. Да.

Адвокат. Это сексуальная игра? Игра имеет отношение к сексу?

Свидетель. Один раз поиграли и все.

Адвокат. Именно в этот вечер, Барбара, ты рассказа друзьям историю про мистера Геттиса, не так ли?

Свидетель. Да.

Адвокат. Я говорил с другими детьми, которые были тогда у тебя дома. Ты догадываешься, о чем еще они могли рассказать мне?... Ты угрожала этим детям, верно?

Свидетель. Все было совсем не так.

Адвокат. Ты велела им лгать и говорить, что мистер Геттис обижал их.

Свидетель. Но это же было.

Адвокат. Ты заявила, что иначе ты всем расскажешь о ваших играх.

Свидетель. Но это было со мной.

Адвокат. И ты сочинила историю. Особую. Про учителя математики, который был строг с тобой, оставлял после уроков. Конечно, он – «поганый боров». Ведь так все было на самом деле?

Свидетель. Нет. Я не хотела быть одна».

В системе современной риторики существует правило **«если вы начинаете отвечать на вопрос – вы согласны с правильностью его постановки»**. Поэтому, если вы не согласны с контекстом заданного вопроса, то не стоит на него отвечать, ответьте на то, на что ответить хотите и можете. В переносе на контекст конфликта это правило можно перефразировать так: «Если вы начали реагировать на обращение, либо вопрос, прямо следуя форме его постановки, вы публично сдали свои позиции, переместившись на чужую форму диалога, которая наверняка будет играть на интересы противника.

Например, попробуйте ответить на такой вопрос: «Где вы работаете и сколько зарабатываете?»

А задавая вопросы, мы сможем перенять инициативу в разговоре. Если мы заставим собеседника отвечать на вопросы, он переходит в подчиненное положение. Например, на вопрос приведенный выше вы реагируете шуточным вопросом: «А когда это ты в налоговую инспекцию успел устроиться?»

«Каждый вопрос предполагает немедленный ответ или как минимум реакцию на него. Если соперник начинает задумываться, это значит, что готового ответа у него нет. Мы его озадачили. Чем больше он думает, тем выше становится наше превосходство. В конфликте, сказанная реплика – это как в боксе, либо блок, либо удар. Если боксер пропустил удар, на который не способен отреагировать встречным, он начинает терять очки. Так же и здесь.

Пример:

«Ситуация на танцполе. Парень танцует с девушкой. Подкатывает бугай.

- *пошли, надо побазарить*

- кому надо?

- *узнаешь*

- а, так тебя прислали? Ты не по своей воле пришел?

- *МНЕ надо*

- а что сразу постеснялся сказать?

- ... *а ты кто такой?*

- так ты подошел сюда за тем, что бы узнать кто я? Хочешь познакомиться?

- *мне это не интересно*

- тогда зачем же спрашиваешь кто я?

- эээ...
- думаешь, это тебе как-то поможет??
- я ...
- ладно, давай. Видишь, девушка скучает уже
- давай...

Бугай послушно дергается, чтобы удалиться, потом оборачивается, с полушага, пожимает руку парню и только после этого уходит с концами». [<http://bestrong.kiev.ua>]



Упражнения для самостоятельной работы.

1. Вопросы по занятию

- В чем заключается невербальное реагирование на слова собеседника?
- В чем плюсы молчаливости?
- Может ли темп речи вызывать неприятные чувства у вашего собеседника? А тональность голоса, может?
- Как настроение говорящих влияет на их общение?
- Как цели собеседников и предмет речи может повлиять на эффективность общения?

2. Вставь пропущенное слово

- Залог успешного общения можно выразить такими словами:

«Говорить так, чтобы _____,
слушать так, чтобы _____».

- Существует 2 вида реакции на слова: вербальная и

_____.

- «Бог дал тебе два уха и один _____. Почему же ты не пользуешься ими в такой последовательности?» (Эпиктет).

- Умение _____ – это необходимое условие правильного понимания позиции оппонента, верной оценки существующих с ним разногласий, залог успешного ведения переговоров, беседы, существенный элемент культуры делового общения.

- Уметь _____, как и умение говорить, - тоже искусство, которому надо учиться.

- О молчаливом человеке хоть и не скажут, что он умный, но и не скажут, что он _____.

- Начиная говорить, мы отводим взгляд в сторону, концентрируясь, тем самым, на содержании наших слов. Говоря, мы периодически посматриваем на собеседника, отслеживая обратную связь (согласие с нашими словами, внимательность слушания, ...), а заканчивая – мы смотрим на своего собеседника давая ему понять, что _____ .

- «Первый шаг к мудрости – молчание, второй – _____, третий – запоминание, четвертый – действие, пятый – изречение _____ ».

3. Тесты

- Вопрос: «Когда вы станете искусным оратором в публичном выступлении и приятным собеседником в межличностном общении?»

А. Простой

Б. Сложный

- Вопрос: «Вы искуснее в публичном выступлении или в межличностном общении?»

А. Разделительный

Б. Альтернативный

- Вопрос: «Необходимо ли учитывать потребности аудитории при составлении речи выступления?»

А. Закрытый

Б. Открытый

4. Продолжи историю

«Научись слушать, и ты сможешь извлечь пользу даже из тех, кто говорит плохо», - утверждал Плутарх.

Раздел 5. ПОДГОТОВКА К ВЫСТУПЛЕНИЮ И ПРЕДВИДЕНИЕ СЛОЖНЫХ СИТУАЦИЙ

«Где мало слов, там вес они имеют»

Уильям Шекспир.

Перечень рассматриваемых вопросов темы:

5.1. «Подготовка к выступлению»

«Метод Рузвельта».

«Метод Линкольна».

«Презентация плана речи».

5.2. «Сложные ситуации и ответы на вопросы»

Анализ метода «Предупреждение». Речь Владимира Путина, произнесенная на Мюнхенской конференции.

Упражнения для самостоятельной работы.

5.1. «Подготовка к выступлению»

Если мы научимся анализировать выступления других ораторов, увидим их ошибки и средства, которые они используют, все это поможет нам при подготовке собственного выступления.

Плохо, что сам свои ошибки в речи зачастую не замечаешь. Как же добиться предельной простоты и ясности изложения своей речи, ведь, как мы уже говорили, «понимание порождает симпатию»? Можно зачитать речь кому-нибудь, кто сможет указать на наши ошибки, выскажет своё мнение и укажет место, в котором у него возникло недопонимание. Это так называемый метод **Рузвельта**, по подготовке к выступлению.

Еще одним методом подготовки к выступлению с речью является **метод Линкольна**. Для этого необходимо свою тему выступления сделать предметом обсуждения в кругу людей (товарищей, коллег). Вы произносите свою речь, а слушатели анализируют ваши слова и дают вам обратную связь.



Упражнение. «Презентация плана речи». Перед выступлением полезно мысленно проиграть свою будущую речь. Продолжите нижеприведенные фразы, вспомнив тем самым

основные этапы своего выступления (*Примечание:* тему для речи выберите самостоятельно):

1. Начну я свою речь такими словами..., после этого...
2. В основной части своей речи я рассмотрю такие вопросы...
 - после этого..., потом...,
 - рассмотрю...,
 - описав и объяснив..., я перейду к ...
 - скажу... .
3. В заключении своей речи я обязательно ...

5.2. «Сложные ситуации и ответы на вопросы»

Сложные ситуации, могут возникнуть как при проведении переговоров, так и при произнесении речи на публике. В научном менеджменте широкое применение получили «Законы Мерфи». У многих управленцев они на слуху. Первый был сформулирован самим Эдвардом А. Мерфи. Однажды капитан военно-воздушных сил (Э. А. Мерфи), наблюдая, как техники «гробят» его прибор произнес: «Если какая-то неприятность может произойти, она произойдет» [24, стр. 117].

Вы подготовили блестящую речь, отшлифовали её до блеска, отрепетировали, но вы ведь не застрахованы от непредвиденных ситуаций, которые могут возникнуть. Как действовать в сложных ситуациях? Ситуации могут быть различные: шум в аудитории, вашу речь прерывает слушатель своей репликой, задается некорректный вопрос, поставивший вас в неловкое положение и т. д. Устойчивость человека к подобным неприятностям может быть обеспечена двумя способами. Первый – это эмоциональная тренировка, второй – тщательное информирование оратора (вооружение необходимыми знаниями о том, как вести себя в сложных ситуациях). Чтобы избавить вас от неудачного экспромта сейчас рассмотрим основные «сложные» ситуации.

1. «Помехи и шумы».

Во время вашего выступления в аудитории могут быть помехи (например: резкий шум от падающего предмета; возможно, кто-то поймет, что он пришел не туда, куда хотел – встанет и выйдет; или наоборот – кто-либо войдет и присоединится к вашей аудитории). Как вести себя в таком случае?

Вашей задачей является сохранение внимания аудитории. Чтобы это внимание сохранить необходимо:

- первое – не реагировать самому на помехи и сохранять зрительный контакт с аудиторией, не обращая его в то место, которое является источником шума;

- второе – привлечь к себе еще больше внимания. Например, изменить интонацию голоса. Можете применить один из методов привлечения и удержания внимания: «Ярлычки», «Прямое требование», «Подкрепление слов инсценировкой и мимикой» и т. п.

2. «Вас перебивают»

Здесь рассмотрим ситуацию, когда один из слушателей прерывает вашу речь своей репликой. Как нужно реагировать в таком случае? Главное - не «хлестнуть» ответом на эмоциях. Не перебивайте говорящего. Сделайте паузу, и дайте «говорящему» возможность высказаться. А потом можете сказать что-то вроде: «Подождите, пожалуйста, пока я закончу!»; «Позвольте, я закончу»; «Немного позже я об этом скажу» и продолжайте свою речь. Тон вашего голоса должен быть ровный и спокойный. Если этот человек перебьёт вас снова, повторите процедуру. Не поддавайтесь на провокации. Если же он и дальше продолжит свое «черное» дело, то наверняка аудитория станет на вашу сторону. Можете даже обратиться к ней за этим. Сказав человеку, который вас перебивает, слова вроде: «Вы ведь мешаете не только мне, но и всем слушающим. Чем вызвано такое неуважение ко всем нам?», вы косвенно затрагиваете и аудиторию.

3. «Ответы на вопросы»

Вам задают вопрос, а вы, как выступающий, не знаете на него ответ. Что можно сделать в таком случае?

Вот некоторые выходы из сложившейся ситуации:

- перефразирование вопроса. Вы можете отвечать не на тот вопрос, который вам поставили, но учтите, что доверие аудитории к вам снижается, особенно, если она видит, что вы лукавите не впервые;

- предложение источника, в котором можно найти ответ на поставленный вопрос;

- фраза: «Замечательный вопрос, а что вы думаете об этом?» Тем самым вы обращаетесь за поддержкой к аудитории, спрашиваете ее мнение;

- оттягивание ответа. Например, вы говорите: «Давайте об этом немного позже поговорим...»; «Об этом немного позже». Здесь, к месту, будет ненавязчивое изменение темы разговора.

- фраза: «Ваш вопрос не такой простой, как кажется на первый взгляд. Смотрите...» - говорите вы и начинаете вслух рассуждать, вовлекая аудиторию в решение проблемы. Если кто-то из аудитории подсказал вам ответ, можете его раскрыть, приукрасить, облекая в свои мысли, тем самым «присвоить» себе. Это трюк многих публичных личностей.

4. «Не вопрос, а выступление»

Представьте ситуацию, когда вместо вопроса, относящегося к вашей, произнесенной только что речи, вы выслушиваете целое выступление. Зачастую последнее, отрицает вашу позицию. Иногда задающего вопрос может «занести» вследствие неограниченного желания высказать то, что знает или же в нем бушует потребность быть замеченным. Оттого получается не вопрос, а монолог. А вашей задачей является не допустить этого. В идеале, конечно, если, например, посторонний человек (организатор) сделает замечание и попросит «говорящего» задать вопрос. Таким образом, он ответит негатив от говорящего. Если же нет, то вы можете сказать: «Не могли бы вы задать свой вопрос, пожалуйста?», или «Вы хотели спросить о...?». Вы также, можете самым дипломатично составить вопрос: «Итак, вы хотите знать ...?»; «Т. е. вы хотите спросить ...?».

5. «Раскрытие подвоха»

Иногда вопрос или утверждение может содержать скрытый или явный подвох. Это может быть провокационный или некорректный вопрос в котором может содержаться обвинение. Например: «Как человек в здравом уме...»; «Только недалекий человек может говорить, что...»; «Как можно быть таким глупцом?!».

Не попадайтесь на эту удочку. Если вы не хотите отвечать на вопрос или реплику, можете сказать об этом прямо, объяснив причины. Здесь нужно отметить, что на реплики, которые понижают статус и нападают на вашу личность, реагировать нужно обязательно. Более подробно реакции на подобные ситуации рассмотрим в следующих разделах. Не согласны с формулировкой вопроса – не вздумайте на него отвечать, а ответив на вопрос заданный в некорректной форме, вы автоматически с ним согласились. **Ответил – значит согласился с формой, в**

которой был задан вопрос! Ответ зависит от вопроса и от интеллектуальной состоятельности отвечающего. Не стоит играть по чужим правилам - вводите свои!

Если у вас есть подозрения, проверьте их, прежде чем отвечать. Можете задать вопрос и узнать, к чему клонит собеседник. Например: «Что значат ваши слова...?»; «Ну и как мне на него отвечать, если вы задаете его в таком духе...?»; «Почему вопрос задан в такой манере...?» и т. п. В том случае, если истинная причина реплики ясна, реагируйте спокойным и сдержанным голосом. Можете спокойно проанализировать вслух поведение собеседника и выдвинутые им аргументы (задаваемые вопросы).

Не нравится вопрос? Давайте свою оценку вопросу и заменяйте его другим или попросите вначале уточнить у человека использованные им в вопросе понятия. Помните, вопросы можно: делегировать, отводить, пояснять их суть и причину, по которой их задали, объявлять их следствием некомпетентности человека, который их задал.

«Козырной туз никогда не выскочит из рукава без предварительной подготовки». Заранее подготавливайте ответы на важные вопросы и критические замечания. Остроумие и находчивость можно и нужно тренировать. Развивайте и тренируйте свое образное мышление – это чрезвычайно полезно! Учитесь использовать остроумие и находчивость, как доказательство личной зрелости.

6. «Такт и дипломатичность».

Даже если вы великолепно выступите, но плохо ответите на вопросы, публика может изменить о вас свое, первоначально сложившееся хорошее мнение. Расположение публики во время ответов на вопросы вам просто необходимо. Вы должны быть на высоте положения и здесь. Можете использовать следующее:

- заранее задать регламент или сказать о том, что с удовольствием ответите на все вопросы после своего выступления чтобы, по возможности, исключить вопросы во время выступления. Лучше если это сделает тот человек, который будет вас представлять;

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания

- предугадать вопросы, которые вам могут задать и подготовить на них полные ответы. Заготовьте свой козырь заранее;

- если вам не предстоит ответить на огромное количество вопросов, можете поблагодарить за вопрос;

- расположите к себе комплиментом человека задающего вопрос. Надо сказать, что это совсем не обязательно, но возможно полезно. Комплимент можно сделать аудитории, человеку, или вопросу. Пример: «Благодарю за особо интересный и глубокий вопрос»;

- отвечая на вопрос, обращаться нужно ко всей аудитории, а не только к «задающему». Зрительный контакт во время ответа необходимо поддерживать со всей аудиторией. Помните, аудитория ревнива в этом вопросе и сконцентрировавшись на одном человеке вы рискуете потерять её внимание;

- иногда можно повторить вопрос «задающего». Тем самым вы: 1) вы проясняете вопрос для себя, 2) выигрываете время для обдумывания, 3) даете понять человеку, что вы его понимаете. Однако, это обязывает в последствие на него отвечать.

7. «Предупреждение»

Можно не дожидаться того момента, когда возникнет сложная ситуация, а предвидеть ее и попытаться исключить, или по крайней мере, приуменьшить.

В качестве примера приведем речь Владимира Путина, произнесенную на Мюнхенской конференции. Речь касалась политики международной безопасности.

"Спасибо большое, уважаемая госпожа Федеральный канцлер, господин Тельчик, дамы и господа!

Весьма признателен за приглашение на столь представительную конференцию, собравшую политиков, военных, предпринимателей, экспертов из более чем 40 стран мира.

Формат конференции дает мне возможность избежать «излишнего политеса» и необходимости говорить округлыми, приятными, но пустыми дипломатическими штампами. Формат конференции позволяет сказать то, что я действительно думаю о проблемах международной безопасности. *И если мои рассуждения покажутся нашим коллегам излишне полемически заостренными либо неточными, я прошу на меня не сердиться – это ведь только*

<http://учебники.информ2000.рф/napsat-diplom.shtml>
Вернуться в библиотеку учебников

конференция. *И надеюсь, что после двух-трех минут моего выступления господин Тельчик не включит там «красный свет».*

Итак. Известно, что проблематика международной безопасности много шире вопросов военно-политической стабильности. Это устойчивость мировой экономики, преодоление бедности, экономическая безопасность и развитие межцивилизационного диалога...».

Этими словами (выделенные курсивом) преуменьшено возможное негативное восприятие слов и говорящий предупредил вероятность прерывание своей речи из-за возмущения организаторов конференции (**господин Тельчик**). Речь была произнесена до конца и вызвала огромный резонанс в умах всей мировой общественности.

Учитесь находить слова в любой ситуации, сохраняйте инициативу. Девиз успешного менеджера: «Никогда не молчи». Ни в коем случае не позволяйте отнимать у вас инициативу. [43]

Сложных ситуаций, которые могут возникнуть при публичном выступлении множество, все их учесть и описать невозможно. Мы лишь рассмотрели и обрисовали наиболее часто встречающиеся. Теперь вы наверняка готовы произнести не только блестящую речь, но и рассказать ее перед аудиторией, адекватно и спокойно реагируя на множество тех сложностей, которые порой случаются. **Ручной рерайт дипломных и курсовых работ**

Для того чтобы добиться успеха следует преодолевать страх и нервозность в критических ситуациях. Никогда не ждите вежливости от собеседника и последовательно пресекайте грубость. Наши поражения рождаются у нас в голове, победы - тоже! [42]



Собственный сайт-визитка - начало бизнеса в Интернете

Упражнения для самостоятельной работы.

1. Интуитивные гипотезы

- Вы подготовили доклад на тему: «Изобретение электричества». После первого вашего слова «здравствуйте» в аудитории пропадает свет. Что вы скажете?

- Вы выступили с поздравительной речью со сцены, уходя с нее, вы спотыкаетесь, и, не удержавшись на ногах, падаете на колени. Скажете ли вы аудитории что-то напоследок? Что именно?

Дистанционные курсы по созданию эффективных сайтов