



МОЛОДЁЖНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР

ЛИФТ

МУ ДО «ДВОРЕЦ ТВОРЧЕСТВА ДЕТЕЙ И МОЛОДЁЖИ» Г. ВОЛОГДЫ

Методическая разработка образовательного занятия «Вербальная и невербальная коммуникация»

Форма занятия: Лекция с практической частью



Ответственный педагог: Соколова Анастасия

1. Название занятия: Вербальная и невербальная коммуникация

2. Форма занятия: Лекция с практической частью

3. Цель занятия: Обучение участников летней школы «Юность» умениям определять и распознавать специфические вербальные и невербальные проявления своих собеседников, а также умению определять свои проявления, контролировать их и выстраивать собственную схему вербального и невербального поведения.

4. Предполагаемые результаты от занятия:

- Участники знают, что такое вербальная и невербальная коммуникация;
- Участники умеют определять как минимум базовые вербальные и невербальные проявления собеседника;
- Участники умеют определять свои базовые проявления, способны контролировать их;
- Участники умеют более грамотно преподнести себя через вербальные и невербальные проявления;
- Участники способны поддерживать дискуссию, чётко доносить свою позицию в ней.

5. Продолжительность занятия: 5 часов 30 минут

6. Требования к месту проведения:

- Стулья
- Флипчарт с листами бумаги
- Кабинет

7. Реквизит, необходимый для проведения занятия:

- Маркеры
- Листы бумаги (А4, ватманы)

8. Техническое оборудование, необходимое для проведения занятия:

- -

9. Наполнение занятия:

Коммуникация

Человек рождается, воспитывается в семье, идет в детский сад, потом в школу, в университет, на работу и т.д. Всюду его окружают такие же люди, с которыми – хочет он того или нет, – он вынужден контактировать.

От качества этих контактов порой зависит очень многое, и в первую очередь – комфортность эмоционального фона.

В современном обществе крайне важно уметь разговаривать на соответствующем уровне, так что теме коммуникаций отнюдь не напрасно отводится столь существенное место.

Коммуникация – это не просто общение

Коммуникация – это конструктивный процесс взаимодействия между людьми или их группами с целью передачи информации либо обмена сведениями.

Такое определение наиболее точно отражает суть коммуникации и считается официальным, однако с учетом различных ракурсов существуют и другие формулировки, среди которых самыми распространенными являются только две.

В первой коммуникация трактуется как *основной механизм, позволяющий создавать общественные связи и совершенствовать социальную культуру*, а во второй – как *законы межличностного взаимодействия, управляющие отношениями людей*.

Основная модель коммуникации

Специфика обмена информацией традиционно зависит от особенностей социума, поэтому данное понятие можно рассматривать с самых разных сторон. Но в любом случае термин «коммуникация» характеризуется наличием **пяти компонентов**, необходимых для успешного процесса взаимодействия:

1. **Источник** (тот, кто желает донести свою мысль до другого человека) – по сути это адресант, генерирующий необходимое сообщение;
2. **Проводник** или преобразователь (то, что преобразует информацию в сигналы) – то есть обычный передатчик, посылающий сообщения по какому-либо каналу связи;
3. **Канал связи** (средство, путь передачи информации);
4. **Приемник** информации (то, что адаптирует и расшифровывает сигнал источника) – то же самое, что декодировщик, переводящий сигналы в «удобоваримое» сообщение;
5. **Получатель** (тот, до кого должна была дойти информация) – конечный адресат, для которого предназначалось сообщение.

Согласно этой модели, адресант генерирует и кодирует определенную информацию, используя знаковые средства, применяемые в знаковой системе соответствующего канала связи.

Адресат же, чтобы усвоить полученную информацию, проделывает то же самое, только в обратном порядке (результат его усилий – декодирование).

Целостный процесс коммуникации (адекватной передачи информации) имеет, как правило, многослойную структуру, состоящую из множества последовательных актов.

При этом основной единицей коммуникации может быть только сообщение (сигнал, посыл), выполняющее какую-либо одну или одновременно **несколько функций**, как то:

1. Информативно-коммуникативные (обмен информацией);
2. Интерактивные (общение);
3. Гносеологические (познание);
4. Аксиологические (обмен духовными и культурными ценностями);
5. Нормативные (закрепление или передача норм);
6. Социально-практические (передача знаний, умений, навыков).

При этом соблюдаются и необходимые условия для успешной коммуникации, начиная с наличия каналов передачи и механизмов восприятия и заканчивая минимумом **структурных компонентов**, в который непременно входят:

1. Участники коммуникативного акта;
2. Ситуация или случай, требующие обсуждения;
3. Содержание сообщения (текст, сигнал);
4. Мотивы и цели что-то донести до собеседника посредством сообщения;
5. Материальная передача информации.

Основные виды коммуникации

Выделяют два вида общения – **вербальное и невербальное**. Они тесно переплетены и дополняют друг друга.

Для передачи любой информации используются вербальные (выраженные словами) знаки и невербальные (мимика, пантомимика, жестикация, дистанцирование, интонирование и т.д.).

Вербальная коммуникация осуществляется при помощи речи и языка. В структуру *речевого общения* входят:

1. **Значение и смысл слов, фраз.** Игрет важную роль точность употребления слова, его выразительность и доступность.
2. **Речевые звуковые явления:** темп речи (быстрый, средний, замедленный), тональность голоса (высокая, низкая), ритм, интонация, дикция. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи
3. **Выразительные качества голоса:**
 - характерные специфические звуки, возникающие при общении: смех, хмыканье, плач, шепот, вздохи и др.; разделительные звуки – кашель;
 - нулевые звуки – паузы;
 - звуки назализации – «хм-хм», «э-э-э» и др.

При вербальном общении имеет значение:

- что вы говорите (и что вы не говорите),
- какими словами выражаете свою мысль,
- в какой последовательности передаете информацию собеседнику (с чего начинаете, чем продолжаете, чем заканчиваете),
- какие аргументы приводите, кратко или развернуто выражаете свою мысль и мн. др.

Иногда нам кажется, что не так важно, как сказать: главное — содержание речи. Содержание, конечно, очень важно, но одно и то же содержание, выраженное словесно разными людьми и в разной языковой форме, нередко производит совершенно разное впечатление — одному поверят, а другому — нет, просьбу одного человека выполнят, а ту же просьбу другого человека —

нет. Поэтому надо уделять особое внимание речевой стороне выражения мысли.

Эффективное вербальное речевое воздействие предполагает адекватное (то есть правильное, оптимальное, эффективное в данной ситуации) использование правил и приемов общения: с учетом того, с какими собеседниками, в каких коммуникативных ситуациях ведется общение, какова цель общения в данном случае и т.д.

Среди правил и приемов вербального речевого воздействия можно выделить следующие группы факторов.

1. Фактор соблюдения коммуникативной нормы:

- **соблюдайте нормы речевого этикета**, так как это обеспечивает нам сохранение коммуникативного равновесия — одного из важнейших условий эффективности речевого воздействия.

Если мы говорим вежливо, мы всегда сохраним нормальные отношения с нашим собеседником — ведь мы демонстрируем к нему уважение, показываем, что мы хотим поддерживать отношения в дальнейшем. Это располагает собеседника к нам, а значит, делает возможным наше успешное воздействие на него.

Человека, соблюдающего нормы речевого этикета, в обществе замечают и выделяют из окружающих, его охотнее слушают, проявляют большее внимание к нему как к личности, а также к тому, что он говорит.

- **соблюдайте нормы культуры речи**. Для эффективного вербального воздействия очень важно обладать правильной, культурной речью.

Необходимо правильно ставить ударения, говорить в среднем темпе, не повышать громкость речи, употреблять слова в правильных значениях, не использовать грубых слов и мн. др.

Культурная, этикетная речь вызывает доверие к ее содержанию.

2. Фактор установления контакта с собеседником.

Данный фактор связан с самоподачей: чтобы установить контакт и поддерживать его, надо понравиться собеседнику.

Для этого важно соблюдать правила бесконфликтного общения:

- произведите благоприятное внешнее впечатление;
- меньше говорите сами, дайте собеседнику поговорить о себе;

- укрупняйте собеседника, придавайте должное значение его словам;
- снижайте себя в глазах собеседника (принцип коромысла: не обязательно тянуть собеседника вверх, снижайте немного себя в его глазах);
- индивидуализируйте собеседника;
- говорите комплименты;
- отождествляйте свои интересы с интересами собеседника;
- интересуйтесь проблемами собеседника;
- вспоминайте совместный положительный опыт.

Естественно, наше общение с собеседником должно быть вежливым, соответствовать принятым в обществе стандартам поведения.

3. Фактор содержания речи.

О чем и в какой ситуации стоит говорить, а о чем не стоит:

- говорите на тему, которая интересует или должна заинтересовать собеседника;
- больше сообщайте положительной информации;
- сведите к минимуму негативную информацию;
- не давайте советов, если вас не просят (если дать совет все же необходимо, облакайте его в форму заботы);
- чаще обращайтесь к собеседнику по имени;
- приводите аргументы, не будьте голословны;
- приводите примеры из жизни;
- используйте приемы, повышающие убедительность сообщаемой информации.

4. Фактор языкового оформления.

- разнообразьте используемые слова, используйте синонимы, близкие по значению слова и обороты;
- используйте больше конкретных слов (обозначающих действия, предметы) вместо абстрактных, обобщающих;
- используйте разговорную речь, не злоупотребляйте книжными словами;
- разнообразьте интонации, не говорите монотонно;
- держите одинаковый темп с партнером;

- цифр приводите немного и округляйте их.

5. Фактор стиля общения.

Демонстрируйте:

- дружелюбие, искренность;
- воодушевление;
- умеренную эмоциональность;
- физическую бодрость, подвижность.

6. Фактор объема сообщения. Будьте кратки. Говорите меньше собеседника и короткими предложениями.

7. Фактор расположения информации. Важную информацию давать в начале и в конце; повторять несколько раз в различных местах своей речи разными словами.

8. Фактор адресата предполагает, что необходимо учитывать тип собеседника или аудитории и обращаться к ним с учетом особенностей их восприятия, уровня знаний, интересов. С разными людьми надо разговаривать и убеждать их по-разному.

Невербальное общение — такое же средство передачи информации от человека к человеку, как и вербальное, только невербальная коммуникация пользуется другими средствами. Невербальные средства общения сопровождают, дополняют речь, а в некоторых случаях и заменяют ее (в таких случаях говорят — *«понятно без слов»*).

Невербальные сигналы выполняют следующие функции:

- передают информацию собеседнику;
- воздействуют на собеседника;
- воздействуют на говорящего (самовоздействие).

Во всех этих трех функциях невербальные сигналы могут использоваться говорящим сознательно или бессознательно.

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для невооруженного глаза характеристик личности.

На основе невербального поведения раскрывается внутренний мир личности, осуществляется формирование психического содержания общения и совместной деятельности. Люди довольно быстро научаются приспособлять свое вербальное поведение к изменяющимся обстоятельствам, но язык тела оказывается менее пластичным.

Невербальное общение включает более 700 тысяч мимических и жестовых движений рук и тела, а это значительно больше, чем слов в нашем родном языке.

В процессе общения в целом вербальность и невербальность самым тесным образом взаимосвязаны, однако есть и определенные отличия в степени их важности на разных этапах коммуникации.

Так, по мнению большинства лингвистов, невербалика играет наиболее важное значение на этапе знакомства людей друг с другом.

Если смысл невербального сигнала противоречит смыслу вербального сигнала, люди склонны верить невербальной информации. Так, если человек рубит воздух кулаком и горячо говорит, что он за сотрудничество, за то, чтобы найти общее согласие, то публика наверняка ему не поверит из-за агрессивного жеста, противоречащего содержанию вербальной информации.

По данным Е. А. Петровой, при знакомстве в первые 12 секунд общения 92% получаемой собеседниками информации невербально. По ее же данным, основная информация о взаимоотношениях людей передается собеседниками друг другу в первые 20 минут общения.

Количество невербальных сигналов очень велико. Передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7%, звуковых средств (включая тон голоса, интонации звука) — на 38%, а за счет невербальных средств — на 55%.

Основные невербальные средства общения.

Наиболее значимые невербальные средства — **кинестические средства**. Это — зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. К кинестике относятся

выразительные движения, проявляющиеся в мимике, позе, месте, взгляде, походке.

Особая роль в передаче информации отводится **мимике**, которую недаром называют зеркалом души. Исследования, к примеру, показали, что при неподвижном или невидимом лице лектора теряется до 10–15% информации. Главной характеристикой мимики является ее **целостность и динамичность**. В мимическом выражении шести основных эмоциональных состояний (гнева, радости, страха, страдания, удивления и отвращения) все движения мышц лица скоординированы.

С мимикой очень тесно связаны **взгляд**, или **визуальный контакт**, составляющий исключительно важную часть общения. Общаясь, люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если мимика отсутствует. Визуальный контакт свидетельствует о расположенности к общению. С помощью глаз передаются самые точные сигналы о состоянии человека, поскольку расширение и сужение зрачков не поддается сознательному контролю.

Хотя лицо является главным источником информации о состояниях человека, оно часто гораздо менее информативно, чем его тело. При определенных обстоятельствах, когда человек, например, хочет скрыть свои чувства или солгать, тело становится главным источником информации для партнера. Информацию несут такие движения человеческого тела, как поза, жест, походка.

Поза — это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Общее количество различных устойчивых положений, которые способны принять человеческое тело, около 1000.

Показано, что **«закрытые» позы** (когда человек как-то пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики.

«Открытые» позы (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Известно, что если человек заинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и наклоняться в его сторону, если не очень заинтересован, наоборот, ориентироваться в сторону и откидываться назад. Человек, желающий заявить о себе, «поставить себя», будет стоять прямо, в напряженном состоянии, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра; человек же, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, спокоен, находиться в свободной непринужденной позе.

Практически все люди умеют хорошо «читать» позы, хотя, конечно, далеко не всегда понимают, как они это делают.

Так же легко, как и поза, может быть понято и значение *жестов*, тех разнообразных движений руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон.

О той информации, которую несет *жестикауляция*, известно довольно много. Прежде всего важно количество жестикуляции. Вместе с возрастанием эмоциональной возбужденности человека растет интенсивность жестикуляции, как и при желании достичь более полного понимания между партнерами, особенно если оно почему-то затруднено.

Конкретный смысл отдельных жестов различен в разных культурах. Однако *во всех культурах есть сходные жесты*, среди которых можно выделить:

- коммуникативные (жесты приветствия, прощания, привлечения внимания, запретов, удовлетворительные, отрицательные, во-просительные и т.д.);
- модальные, т.е. выражающие оценку и отношение (жесты одобрения и неодобрения, доверия и недоверия, растерянности и т.п.);
- описательные жесты, имеющие смысл только в контексте речевого высказывания.

И, наконец, *походка* человека, по которой довольно легко можно распознать его эмоциональное состояние. Так, в исследованиях психологов испытуемые с большой точностью узнавали по походке такие эмоции, как гнев, страдание, гордость, счастье. Причем, оказалось, что самая тяжелая походка при гневе, самая легкая — при радости, вялая, угнетенная походка — при страданиях, самая большая длина шага — при гордости.

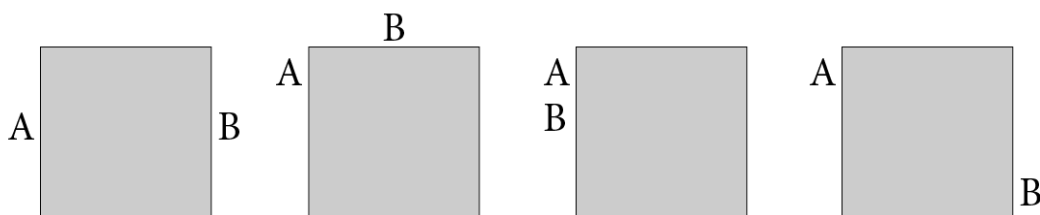
С попытками найти связь между походкой и качеством личности дело обстоит сложнее. Выводы о том, что может выражать походка, делаются на основе сопоставления физических характеристик походки и качеств личности, выявленных с помощью тестов.

Так же, при любом общении крайне важно понимать ваш статус относительно собеседника. Исходя из этого определяется **норма вашей близости с другим человеком:**

- интимное расстояние (от 0 до 45 см) — общение самых близких людей;
- персональное (от 45 до 120 см) — общение со знакомыми людьми;
- социальное (от 120 до 400 см) — предпочтительно при общении с чужими людьми и при официальном общении;
- публичное (от 400 до 750 см) — при выступлении перед различными аудиториями.

Ориентация и угол общения так же определяют ваши с собеседником позиции в общении.

Позиции общающихся сторон за столом определяются характером общения (см. рис.1):



Если общение носит сопернический или оборонительный характер, то люди садятся напротив; при обычной дружеской беседе — занимают угловую позицию; при кооперативном поведении — занимают позицию делового взаимодействия с одной стороны стола; независимая позиция выражается в расположении по диагонали.

Как усилить вашу позицию при коммуникации:

Внешность:

Одежда. Выигрышно выглядит чистая, аккуратная одежда. Усиливает коммуникативную позицию говорящего умеренная модность его одежды.

Старайтесь выбирать либо традиционную цветовую гамму, либо гамму умеренную, без резко выбивающихся элементов.

Так же, как бы вы ни выглядели, крайне важно поддерживать образ внешне опрятного и собранного человека - ровная, не выбивающаяся из вашего общего образа причёска и общая внешняя ухоженность всегда будут вам к лицу.

Взгляд:

Необходимо *поддерживать зрительный контакт*. Смотреть на собеседника надо примерно половину разговора. Если мы смотрим доброжелательно 60–70% времени на собеседника, он понимает, что нравится нам.

При продолжительном общении этикет требует смотреть не в глаза, а в лицо, не фиксируя, внимания на глазах собеседника. Пристальный взгляд в глаза рассматривается как проявление враждебности.

При решении деловых вопросов надо использовать деловой взгляд — направленный на треугольник «глаза-нос», это создает впечатление серьезности намерений.

При дружеском общении взгляд лучше опускать ниже — на треугольник «глаза-рот», такой взгляд демонстрирует дружеское отношение, желание контактировать.

Если собеседник вам неприятен, пытается оказать на вас давление — смотрите ему в «третий глаз» — на переносицу. Этим вы усиливаете свою коммуникативную позицию и ослабляет коммуникативную позицию собеседника.

Физическое поведение:

Это — язык мимики и телодвижений.

Наиболее эффективна и действенна *мимика* приветливости, улыбка.

При общении так же лучше сохранять открытую позу, двигать руками в сторону собеседника.

Движение в процессе общения надо тоже правильно использовать. Во время выступления перед аудиторией рекомендуется наклоняться в сторону аудитории, протягивать руки в сторону слушателей, выходить к ним из-за трибуны, прохаживаться по аудитории.

Походка тоже выполняет знаковые функции. Производит положительное

впечатление умеренно энергичная походка, бодрость движений. Не следует держать на ходу руки в карманах — это воспринимается как проявление скрытности, неуверенности.

Аргументация

Термин «аргументация» происходит от латинского слова «argumentatio», что означает «приведение аргументов». Это значит, что мы приводим какие-либо доводы (аргументы) с целью вызвать доверие или сочувствие к выдвигаемому нами тезису, гипотезе или утверждению. Комплекс таких доводов и является аргументацией.

Задача аргументации – сделать так, чтобы адресат принял выдвигаемую автором теорию. И по большому счету аргументацию можно назвать междисциплинарным исследованием выводов как результата логических рассуждений. Аргументация имеет место и в научной, и в бытовой, и в правовой, и в политической сферах; всегда применяется в беседах, диалогах, убеждениях, переговорах и т.д.

Конечная цель аргументации состоит в убеждении аудитории в истинности какого-либо положения, склонение людей к принятию авторской точки зрения, побуждение к размышлениям или действиям.

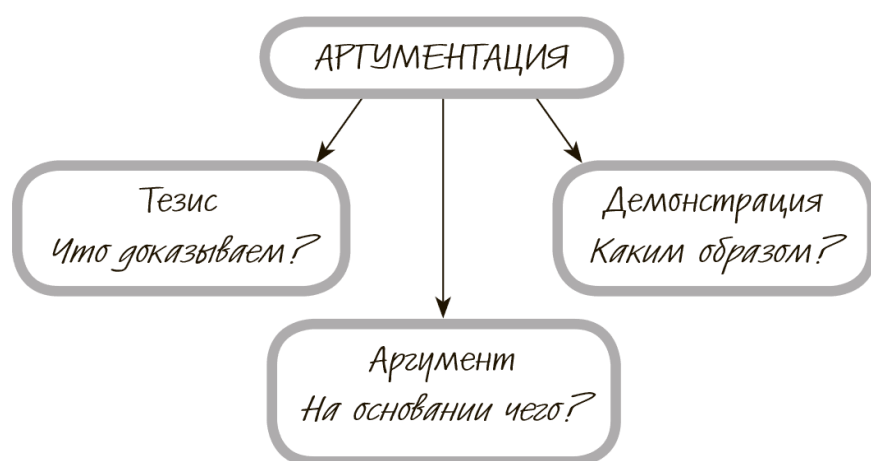
ПРАКТИКА: «Приглашение»

Упражнение проводится в парах. Можно рассчитать всех на первых и вторых. Первым дается инструкция: «Вам нужно пригласить члена группы в гости, используя как можно больше доводов». Тот, кого приглашают, реагирует по ситуации, если захочется, соглашается, если нет, то соответственно говорит об этом. Упражнение записывается, затем просматривается. Все подсчитывают, сколько аргументов было использовано, достиг ли цели приглашающий. Если да, то благодаря чему, если нет, то почему.

Рекомендация. Упражнение лучше использовать до введения ориентировочных основ, в качестве разогрева, повышения мотивации для усвоения техник аргументации.

Структура аргументации.

В процессе любой аргументации участвуют два основных лица: тот, кто доказывает, и тот, кто слушает, т. е. на кого направлено убеждение. Первого мы будем называть **аргументатором**, а второго — **реципиентом**. Последний в любой момент может сам стать аргументатором, если начнет приводить контраргументы. В теории аргументации те выдвигаемые положения, которые доказываются, называются **тезисом**, поэтому ее целью являются внушение тезиса и доказывание его обоснованности, справедливости, истинности. Любое доказательство строится посредством **аргументов**. Под ними понимаются суждение или совокупность взаимосвязанных суждений, с помощью которых и доказывается тезис. **Контраргумент** — доводы или суждения, направленные на опровержение того или иного аргумента. Однако тезис и аргумент — не единственные структурные элементы аргументации. К ним относится еще один, именуемый **демонстрацией**. Она позволяет определить, каким образом доказывается, насколько все было логично и связано. Иными словами, демонстрация — это последовательная логика рассуждений, ведущая от аргументов к тезису. Например, словосочетания типа «железная логика» или «абсолютно неубедительно» можно отнести именно к третьему элементу структуры аргументации. Таким образом, демонстрация — логическая форма построения аргументации, т. е. важная часть доказательства с точки зрения его убедительности.



Классическая теория приводит законы тезиса, аргумента и демонстрации, которые позволяют грамотно вести спор, диалог, дискуссию и, самое главное, не совершать ошибок, относящихся к доказываемому тезису, используемым аргументам и форме доказательства. Последовательно рассмотрим эти законы аргументации, существующие уже много сотен лет.

Тезис:

1. *Тезис должен быть ясным и точным. Тезис не терпит многозначительности.*

Формулируя тезис, нужно задаться вопросами: вся ли терминология в нем раскрыта, все ли слова понятны, насколько точно он выражен и насколько правильно его понимает реципиент или аудитория? Часто из-за этого дискуссия переходит в жесткий спор и даже конфликт, когда собеседники говорят об абсолютно разных вещах, думая, что спорят об одном и том же. Помните и об игре слов. «Прослушал лекцию» — что это означает? Что человек внимательно все изучил и прошел лекционный курс или, наоборот, отвлекался, занимаясь своими личными делами? Что означает фраза «Нам надо оставить эту практику»?

Придерживаться прежней практики и пользоваться ею или отказаться от нее? Неясный или неточный тезис, слишком «широкий» или «узкий» по значению, может привести любой диалог, спор или беседу к абсурду и заставить их развиваться по абсолютно непредсказуемой траектории.

Одно из важнейших правил аргументации гласит: *кто доказывает слишком много, тот не доказывает ничего. И наоборот, кто доказывает слишком мало, тот тоже ничего не доказывает.* Сравните два тезиса: «люди злы» и «некоторые люди злы». Первый — спорный, даже можно сказать, ошибочный, а второй кажется абсолютно справедливым.

Еще один совет: *приводите четко сформулированный, ясный тезис в самом начале своего выступления.* Создается неприятная ситуация, когда, например, слушатель, опоздавший минут на 20 на вашу лекцию, забегаая в зал, спрашивает аудиторию, о чем идет речь, и получает такой ответ: «Да еще непонятно...», «Пока к сути не перешли» и т. д. Не обязательно говорить: «Мой тезис — такой-то». Лучше использовать предложения типа «Я глубоко убежден в том, что...», «Передо мной стоит задача доказать, что...», «Я уверен, что...» и т. д.

2. *Тезис должен быть одним и тем же на протяжении всего доказательства.*

Иными словами, он должен не только быть ясно и четко сформулирован, но и не меняться на протяжении всего доказательства. При нарушении этого закона возникает ошибка, известная как «**подмена тезиса**», или схожая с ней «**потеря тезиса**», если такое совершается

бессознательно. Это именно тот момент, когда во время переговоров, спора или дискуссии аргументатор в ходе долгих рассуждения начинает приводить аргументы совершенно отличного от изначального тезиса. Практика показывает, что подмена или потеря тезиса — самый распространенный вид ошибки. Она ежедневно встречается в нашей жизни, и крайне важно уметь отслеживать, как связаны аргументы и изначальный тезис в речи аргументатора.

3. *Тезис должен нуждаться в доказательстве.*

Бессмысленно доказывать очевидные вещи, например аксиомы и постулаты, общепринятые определения понятий и т. д. Есть ряд положений, которые мы воспринимаем на веру, и аргументация в таких случаях бессильна.

Аргументы:

1. *Аргументы должны быть истинными суждениями (требование истинности).*

Чтобы убедительно доказать тезис, мы должны использовать истинные, правдивые аргументы. Несоблюдение этого правила ведет к ошибке **«умышленное заблуждение»**, когда оратор, чтобы обосновать тезис, использует заведомо ложные факты, аргументы и доказательства, выдавая их за истинные.

2. *Истинность аргументов должна быть доказана (требование доказанности).*

Если оратор для утверждения тезиса опирается пусть на истинные, но на недоказанные аргументы, появляется распространенная ошибка, известная как **«предвосхищение оснований»**. Аргументы в этом случае не доказывают тезис, а лишь предвосхищают его.

«Нельзя пить воду из лужи» — это тезис. «Потому что это опасно» — аргумент. Другой вопрос, доказан и раскрыт он или нет, убедит ли он собеседника. Сомнительно. Попробуем доказать истинность аргумента таким образом: «Нельзя пить воду из лужи, потому что это опасно для жизни и здоровья человека, поскольку в такой воде содержатся смертельно опасные микробы, бактерии и вещества, которые могут вызвать интоксикацию, заражение или отравление организма».

3. *Аргументы не должны противоречить друг другу (требование непротиворечивости).*

Противоречие аргументов — одна из самых распространенных логических ошибок. В процессе обоснования тезиса мы приводим ряд

аргументов в его поддержку. Крайне важно, чтобы они не противоречили друг другу. Если политик в своей речи, обращенной к потенциальным избирателям, сначала заявляет, что он ярый сторонник демократии, а через какое-то время утверждает, что он ратует за прямое назначение губернаторов президентом, то мы имеем дело с противоречием аргументов. Ведь выборы, т. е. прямое волеизъявление народа, являются важнейшей основой демократического устройства.

4. *Истинность аргументов должна доказываться независимо от тезиса, т. е. автономно (требование автономности).*

В этом случае мы имеем дело с классической ошибкой, которая называется «порочный круг» или «**круг в доказательстве**».

«Внимательное изучение основ медицины полезно, потому что знания об оказании первой помощи человеку не раз приносили мне пользу на практике», «В доме надо иметь большую личную библиотеку, потому что книги в доме нужны», «В России увеличилось количество дорожно-транспортных происшествий, потому что число аварий на дорогах стало больше» — примеры круга в доказательстве.

Не только мы совершаем такую логическую ошибку. Например, многие видные математики, на протяжении сотен лет пытались доказать пятый постулат Евклида о параллельных, клали в основу сам доказываемый постулат. А выражение «Учение Ленина непобедимо, потому что оно верно; учение Ленина верно, потому что оно непобедимо», думаю, знакомо всем не понаслышке.

5. *Аргументы должны быть достаточны для доказывания тезиса (требование достаточности).*

Совокупность аргументов должна быть достаточной для вывода тезиса. Как правило, для этого слишком мало одного аргумента, поскольку его доказательственная сила невелика. «У нее началась депрессия: она уже третий день ходит в плохом настроении», — можем услышать мы. Однако три дня плохого настроения не доказывают, что у человека депрессия, так как эта болезнь сопровождается хроническим чувством усталости, нарушением сна и памяти, вегетативными симптомами.

Подобную ошибку мы будем называть **недостаточностью аргументов**.

Если вы услышали от оппонента фразу «Чем еще можете это подтвердить?», значит, вы совершили именно такую ошибку.

Однако это отнюдь не означает, что чем больше аргументов, тем лучше. «Сила аргументов не в числе, а в весомости» — гласит известная

латинская пословица. Поэтому, чтобы аргументация была результативной, стоит обратить внимание не на количество, а на качество, проработанность, глубину, доказанность аргументов (о чем речь будет идти чуть позже). Кроме того, опять же есть опасность совершить ошибку подмены или потери тезиса. Ошибку приведения большого числа лишних, мало убедительных аргументов мы будем называть **«чрезмерным доказательством»**.

Демонстрация:

Тезис должен логически вытекать из аргументов и быть тесно с ними связан.

Задача аргументатора — показать, что между тезисом и приведенными аргументами существует четко построенная логическая связь. Как жаль, что для этого недостаточно произнести: «отсюда следует», «таким образом», «итак», «поэтому», «следовательно»! Требование логического вытекания тезиса из аргументов и его четкой связи с ними — одно из самых сложных в теории аргументации. Ошибка несоблюдения связи тезиса с аргументами называется **«мнимое следование»**. «Он совершил кражу, потому что свидетели видели, как он торговал чужими вещами на базаре» — разве здесь есть логическая, выверенная связь тезиса с аргументом? А как в этом случае аргумент доказывает тезис: «Сахар подешевел, значит, экономика страны идет на подъем»? Часто встречаются близкие к мнимому следованию ошибки: **«от сказанного с условием к сказанному безусловно»** и **«неоправданный переход от узкого к широкому»**. Суть первой ошибки в том, что аргументатор использует аргументы, истинные только в условиях определенного контекста, меры, времени и т. д., в качестве безусловных, универсальных, верных во всех случаях и во все времена. Никто не будет спорить, что кофе — не только вкусный, но и полезный напиток, который при малых дозах положительно сказывается на артериальном давлении и самочувствии. Однако при больших дозах кофе может оказаться вредным и губительным. То же самое можно сказать и о лекарствах: в небольших количествах они приносят пользу, а в чрезмерных — вред. Практика показывает, что ошибку «мнимое следование» и ее разновидности мы замечаем реже всего, так как они замаскированы словесной видимостью доказательства («поэтому», «таким образом», «в итоге имеем» и т. д.). Поэтому всегда следует

внимательно относиться к таким логическим словам-связкам и тщательно отслеживать реальную логическую связь тезиса и аргумента.

ПРАКТИКА:

Прочитайте умозаключения и определите, какие ошибки допущены и какой закон аргументации нарушен. Исправьте найденные ошибки.

• «На Венере жизнь невозможна, потому что на этой планете давление 97 атмосфер».

Допущенная ошибка _____

• «Сумочку украл именно он, потому что последним выходил из комнаты!»

Допущенная ошибка _____

• « — Почему я должен это делать? — Потому что так надо!»

Допущенная ошибка _____

• Рекламный слоган «Калгон! Почти в три раза лучше, чем другие средства!».

Допущенная ошибка _____

• «Каждое зерно в куче практически ничего не весит, следовательно, целая куча ничего не весит».

Допущенная ошибка _____

• «Если будете каждый день съедать по одному зеленому яблоку, всегда будете здоровы».

Допущенная ошибка _____

• «Реформы в России просто необходимы, потому что демократии в нашей стране давно НЕТ!»

Допущенная ошибка _____

• «Людам свойственно ошибаться. Врач — человек. Значит, врач может ошибаться».

Допущенная ошибка _____

• «Истинные поэты всегда пророки. Значит, Нострадамус — истинный поэт».

Допущенная ошибка _____

Правила эффективного аргумента.

Рассмотренные нами законы тезиса, аргумента и демонстрации, безусловно, являются фундаментальными, однако они не представляют собой полный алгоритм создания результативной и действенной аргументации. Сейчас мы

ознакомимся с конкретными практическими советами и приемами создания эффективных аргументов.

Поддержка и пример

Классическая теория аргументации подразумевает под аргументом какое-либо суждение в подтверждение истинности тезиса. Однако встает вопрос: всегда ли достаточно одного этого суждения для того, чтобы убедить и впечатлить реципиента? Думаю, нет. Рассмотрим тезис «Жизнь на Марсе есть». В качестве доказательства может выступать следующий аргумент: «На Марсе найдено большое количество воды». Сам по себе он абсолютно логичный, здравый, однако силой убеждения на собеседников явно не обладает. Но как его «усилить»? Аргумент необходимо раскрыть, объяснить таким образом, чтобы каждый из реципиентов понял вкладываемый в него смысл. Такое «разжевывание» мы будем называть поддержкой. Кроме того, необходимо наличие яркого, наглядного примера. В этом случае он получает тройную силу, и структура аргумента выглядит следующим образом:



Итак, есть ли жизнь на Марсе (**тезис**)? С огромной вероятностью можно сказать, что есть, подтверждением чему служит большое количество воды, существующей сегодня в виде льда (**аргумент**). А это означает, что на Марсе может быть жизнь в форме простейших бактерий. Ведь вода — это жизнь, химическая основа всех известных нам форм существования материи. Тем более что когда-то на Красной планете вода существовала в виде океанов и морей, климат был теплее, атмосфера плотнее, а это идеальные условия для зарождения и развития жизни (**поддержка**). Например, точно по такому же сценарию, в аналогичных условиях развивалась жизнь на нашей планете

Земля (**пример**). Да и мы сами — чем не доказательство существования жизни на Марсе (**финальное эмоциональное усиление**)?

Согласитесь, второй пример аргументации выглядит намного выигрышнее и сильнее в плане убедительности и влияния на реципиента за счет трехзвенной структуры: аргумент — поддержка — пример. С помощью поддержки мы раскрываем основной смысл аргумента, объясняем, почему мы его использовали и как он связан с начальным тезисом, а также добавляем ему информативности.

Несколько слов о **примере**. Важно, чтобы избираемый в этом качестве факт был обязательно ярким, неоспоримым и отражал тенденцию к обобщению. Идеальный вариант, когда мы подкрепляем аргумент несколькими однотипными примерами. В сознании реципиента или аудитории формируется впечатление, что это не несколько отдельно взятых случаев, подтверждающих ваш тезис, а именно тенденция, типичная ситуация, неоспоримая объективность. *Тенденциозность* — основное требование к примеру в структуре аргумента. Стоит сказать, что иногда пример сам по себе служит крепким и мощным аргументом. Речь идет о так называемом противоречащем примере, который максимально эффективен при опровержении ошибочных обобщений. Например, вам говорят, что все птицы летают. Какие тут могут быть аргументы, если достаточно привести конкретный пример, разрушающий весь исходный тезис: а как же пингвины (чьи крылья трансформировались в лапы) и страусы (чей вес не позволяет им взлететь)?

Вспомним один из законов аргументации, который говорит о том, что истинность аргумента должна быть доказана. Как раз поддержкой мы и обосновываем его истинность, а примером подкрепляем достоверность, добавляя эмпирическую составляющую. Таким образом, используя трехзвенную структуру аргумента, мы делаем его доказанным и избегаем распространенной ошибки *«предвосхищение основания»*.

Создание визуального образа.

Один из самых эффективных приемов убеждения в аргументации — создание визуального образа или «картинки» в сознании реципиента или аудитории. Не всегда одними аргументами можно убедить слушателей в своей правоте. Иногда наиболее верный способ — сформировать в их воображении яркий

образ, убедительную иллюстрацию, которые способны подчеркнуть правильность вашей позиции.

Создаваемый вами образ должен подтверждать истинность вашего тезиса. С помощью такой иллюстрации можно вызывать у реципиента или аудитории различные эмоции, которые будут вам на руку, — сопереживание, сочувствие, радость, решительный настрой на действие, зависть, недовольство текущей позицией и т. д. Вызвав такие эмоции у слушателей, легче склонить их к истинности доказываемого тезиса.

Допустим есть тема для дискуссии: «*Жить в деревне лучше, чем в мегаполисе*». Мы можем нарисовать следующий образ: «Мегаполис. Огромный город, миллионы людей. Бешеный темп, сумасшедший ритм. Бесконечная суэта. Гарь, пыль, смог, выхлопные газы. Заводы, производства, фабрики. Черное небо. Многокилометровые пробки с миллионами машин, выпускающих ужасающее количество смертоносных выхлопных газов. Город задыхается, а вместе с ним и мы. Какая экология? Какое здоровье? Какая жизнь? Теперь давайте перенесемся в тихую, спокойную деревеньку. Прозрачное, чистое небо. Реликтовые, поражающие своей красотой и великолепием леса. Бескрайние просторы. Настоящая свобода и настоящая жизнь, посвященная самому себе. Здесь нет ненужной суеты, здесь нет пробок и городских катаклизмов. Где еще, кроме как в деревне, можно спокойно порыбачить, наслаждаясь умиротворенным, спокойным утром? Где еще, кроме как в деревне, дети могут, не опасаясь машин, городской суматохи, поиграть в футбол на зеленом поле? Где еще, кроме как в деревне, экологически чистые продукты, только что собранные и выращенные именно тобой, сохранившие тепло и заботу хозяйских рук? Где еще, кроме как в деревне, можно понять настоящую суть и настоящее удовольствие от жизни? Вы скажете про инфраструктуру, культуру, образование? Хм... Никто не мешает вам выезжать в город и пользоваться благами современной жизни. Я же веду разговор про жизнь, про условия жизни. И если меня спросят, что я выбираю: задыхающийся мегаполис или экологически чистую деревню, я, ни секунды не думая, уверенно выберу деревню. Я за жизнь, поэтому я делаю такой выбор!». Сразу же создается эмоциональный эффект и определенная визуальная картинка, поэтому само высказывание звучит еще более убедительнее.

Стоит сказать, что есть определенные темы, доказательство которых наиболее эффективно именно с помощью данной методики. Например, нам необходимо доказать тезис, который гласит, что *необходимо помогать голодающим детям*

в Африке. Можно, конечно, приводить аргументы о сострадании, глобальной человеческой взаимопомощи и принципах гуманизма. Однако представьте, насколько эффективной может быть яркая и образная иллюстрация, рисуемая в сознании слушателей несчастных детишек-дистрофиков, больными рахитом и целым комплексом смертельных заболеваний, собирающих крошки с земли и жадно поедающих их, не знающих самых примитивных и простых радостей, на которые мы с вами порой даже не обращаем внимания. Таким образом, иногда грамотно составленная и прорисованная «картинка» может существенно помочь вам в аргументации любого тезиса. **Главная рекомендация — сочетание разных способов аргументации с обязательным использованием ярких образов в сознании аудитории.**

ПРАКТИКА:

Создание аргументов согласно правилам
(аргумент+поддержка+пример+визуальный образ).

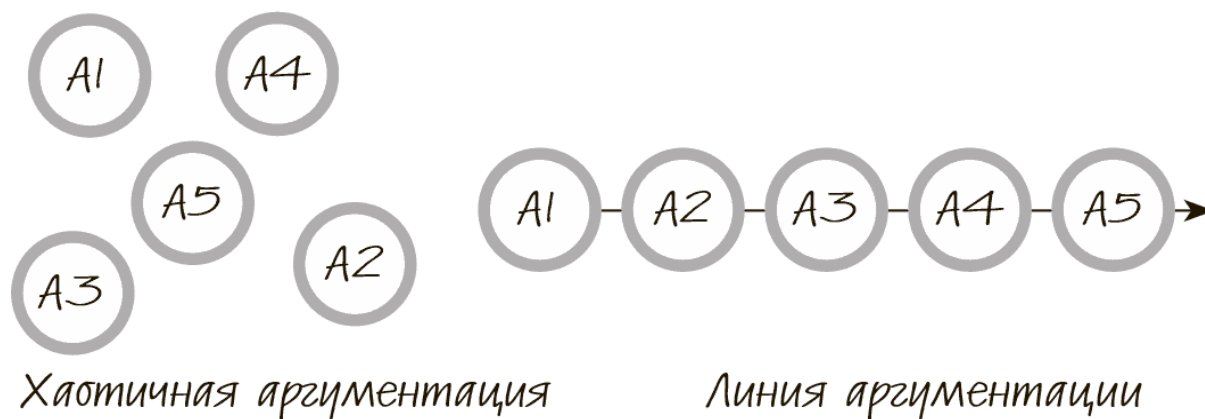
Темы:

- Смертная казнь должна быть отменена.
- Эвтаназию необходимо легализовать.

Эвтаназия (что в переводе с греческого означает «благая смерть») — помощь больному, страдающему неизлечимым мучительным заболеванием, которая заключается в безболезненном и быстром прекращении жизни. Различают эвтаназию активную и пассивную. В первом случае пациенту вводятся препараты, приводящие к смерти (или передаются такие препараты для самостоятельного использования). Во втором — осуществляется прекращение поддерживающей жизни терапии, например отключение от систем жизнеобеспечения. Эвтаназия в большинстве стран, в том числе и в России, запрещена, однако в последнее время декриминализующие ее законодательные акты были приняты во многих странах, таких как Голландия, Бельгия, Швейцария, Япония, Израиль, Албания, а также в некоторых штатах США. На сегодняшний день эвтаназия — одна из самых социально острых, актуальных и спорных тем.

Линия аргументации.

Эффективная аргументация включает в себя умение не просто подобрать действенные аргументы, но и правильно их расположить, выстроить в правильной последовательности, создать структуру доказывания тезиса. Что представляет собой наша повседневная аргументация, будь то спор, полемика или просто убеждение собеседника в своей правоте? Хаотичный набор аргументов. Разве мы задумываемся о том, с какого из них начать, а каким закончить свою речь, мысль, выступление? К сожалению, это случается недостаточно часто. Бесструктурное изложение аргументов не всегда производит должный эффект. Их необходимо выстраивать в четкой, выверенной последовательности, которую мы будем называть линией аргументации:



Линия аргументации — это продуманная последовательность аргументов, которые мы подготовили для убеждения оппонента в правоте собственной позиции. Идеальный вариант — когда один аргумент плавно перетекает в другой, но при этом соблюдаются причинно-следственная связь и общая логика повествования.

Как подготовить линию аргументации?

1. *Определяем аудиторию, которой будем доказывать тезис.*

Принципиально важно предположить, какими будут слушатели: условно *доброжелательными* или *недоброжелательными*. Доброжелательная аудитория — это проверенные люди, которых вы знаете, и поэтому уверены, что информация будет восприниматься ими позитивно и с одобрением. Например, выступая с речью о поддержке церкви перед верующими людьми, можно с 100%-ной вероятностью считать эту

аудиторию доброжелательной. Если же вы не уверены в позитивном настрое слушателей или даже полагаете, что аудитория, возможно, не поддержит тезисы, которые вы будете доказывать, то можно считать ее условно недоброжелательной. Что делать, если вы не знаете, перед кем будете выступать, или не можете даже предположить реакцию аудитории? В таком случае лучше отнести ее к потенциально недоброжелательной, чтобы перестраховаться и быть в выигрышной ситуации в случае форс-мажора. То же самое касается не только аудитории, но и отдельно взятого собеседника или реципиента.

2. Находим в совокупности подготовленных аргументов *самый сильный и самый слабый*. Как их определить? Наиболее доказанный, универсальный, глубокий, выигрышный и объективный аргумент будет самым сильным в вашей линии аргументации, а достаточно сомнительный, контекстуальный можно отнести к самому слабому. Помните, что в любом доказывании всегда есть сильные и слабые аргументы.
3. Затем пользуемся простым правилом: выступая перед недоброжелательной аудиторией / реципиентом, начинаем строить линию аргументации с самого сильного аргумента, а самый слабый используем в конце своей речи, и наоборот: в доброжелательной аудитории можно начать с самого слабого аргумента, самый сильный оставив на потом. Это обусловлено известным всем **«эффектом края»** (когда лучше всего запоминается услышанное или увиденное в начале и в конце) и психологией восприятия информации. Если недоброжелательная аудитория, которой не особо близка ваша точка зрения, сначала услышит слабый аргумент, то это может лишь ее усилить скептический настрой. Если же вы начнете свое выступление с самого сокрушительного и мощного факта, то он однозначно вызовет интерес и внимание аудитории и заставит ее как минимум выслушать вашу точку зрения и другие приводимые вами аргументы. В позитивно настроенной аудитории припасите самый убойный аргумент для эффектной концовки своего выступления или речи, чтобы быть уверенным в том, что слушатели примут вашу точку зрения.
4. Пользуясь «эффектом края», можно сформулировать еще одно универсальное правило: если аудитория заранее неизвестна или сделать прогноз о ее реакции на вашу позицию не представляется возможным, ставьте сильные аргументы в начале и в конце своей речи. Аудитория

запомнит именно их — самые мощные, выверенные и объективные из всей линии аргументации. В общем и целом правило ее создания можно представить следующим образом:

Для *недоброжелательной*
аудитории



Для *доброжелательной*
аудитории



Чтобы аудитория или реципиент не путались в приводимых вами аргументах, не забывали их и различали, нужно их выделять. Необходимо обозначать, выделять аргументы в своей линии аргументации: первый, второй, третий, четвертый и т. д. Кроме того, это можно делать с помощью:

- четких пауз между аргументами;
- счета «во-первых, во-вторых, в-третьих...»;
- вводных фраз типа «Следующее, что мне хотелось бы выделить...», «Немаловажно заметить, что к тому же...», «Еще один факт в пользу того, что...» и т. д.;
- и даже загибания пальцев.

Оценка аргументов.

Грамотная оценка аргумента необходима не только для того, чтобы оценить свою линию аргументации, но и контраргументацию со стороны оппонента, что, безусловно, немаловажно. Мы использовали разные оценочные и описательные категории для характеристики аргумента: мощный, сильный, нерушимый, объективный, глубокий и т. д. На самом деле всю оценку аргумента можно свести к трем основным показателям:

- 1) глубина (проработанность философии);
- 2) доказанность (снабжен ли аргумент поддержкой и примером / «картинкой»);
- 3) универсальность (на кого он может подействовать).

Глубина. Категория «глубокий» отражает прежде всего глубину и проработанность содержания аргумента. Для того чтобы понять, что включает в себя его глубина, в нашу теорию аргументации необходимо ввести важное понятие — *философия аргумента*. Именно философия — основная и наиболее важная ценность, которую вы стремитесь защитить своим аргументом. К примеру, возьмем тезис: «В России нельзя легализовать эвтаназию». Аргумент номер один: «Необходимо учитывать степень коррупции в медицинских учреждениях; эвтаназия может стать инструментом легального убийства ни в чем не повинных людей». Аргумент номер два: «Эвтаназию нельзя легализовать, так как никто не имеет права вваливать на плечи врачей ответственность за умерщвление человека». В первом случае философия аргумента — жизнь человека, во втором — ответственность врачей за умерщвление людей. Как по-вашему, какой из критериев наиболее весомый? Безусловно, жизнь человека. Поэтому с точки зрения такого критерия, как глубина, первый аргумент будет более выигрышным, чем второй. Он более глубокий, поскольку затрагивает самые масштабные и важные ценности. А что может быть глубже и важнее, чем человеческая жизнь? Философия аргумента может быть какой угодно. Например, экономия средств, моральные устои общества, безопасность социума, благосостояние народа, светлое будущее, религия и т. д. Одно из ключевых правил составления своей речи в защиту того или иного тезиса — определение философии всей линии аргументации. Например, самой очевидной философией для утверждения «Жить в деревне лучше, чем в мегаполисе» является экология, а для опровержения — городская инфраструктура, без которой жизнь современного человека невозможна. Безусловно, философия аргументации — понятие субъективное и относительное. Ее необходимо выбирать в зависимости от контекста, условий выступления, аудитории и т. д. Однако забывать про этот совет все-таки не стоит: прежде чем погрузиться с головой в поиск аргументов, определитесь с философией линии аргументации.

Доказанность. Категория «доказанность» напрямую соотносится с законом аргумента, который гласит: «Истинность аргумента должна быть доказана». Мы уже не раз говорили о том, что недоказанный, нераскрытый аргумент не работает. Но есть действенный механизм, который позволяет сделать его доказанным, — это трехзвенная структура аргумента, подробно описанная ранее. Проверьте, снабжены ли ваши аргументы поддержками и примерами, прежде чем представлять линию аргументации аудитории или реципиенту.

Универсальность. Все аргументы можно отнести к двум основным видам: универсальные и контекстуальные. *Универсальные* аргументы — это такие доказательства, которые могут произвести эффект на любую аудиторию. *Контекстуальные* аргументы — те, которые действуют на строго определенную аудиторию и лишь на некоторых реципиентов. Думаю, понятно, что чем универсальнее аргументы, тем они эффективнее. Например, аргументы, апеллирующие к какому-либо авторитету (Ленину, Путину, Биллу Гейтсу, Достоевскому), будут близки лишь тем, кто признает престиж и влияние этих людей. Крайне важно при оценке своей точки зрения и позиции реципиента обращать внимание и на такой критерий аргументации, как универсальность.

Аргументация “к человеку”: победа любой ценой.

В традиционной логике принято делить все аргументы на два вида: *ad rem* (к существу дела) и *ad hominem* (к человеку). Первый направлен на обоснование истинности доказываемого тезиса и всегда имеет отношение к обсуждаемому вопросу. Второй не связан с предметом спора, а направлен на достижение победы в дебатах любой ценой. Во всех учебниках по аргументации и логике его относят к неуниверсальной аргументации и считают одной из самых распространенных ошибок. Так ли это и на самом ли деле использование аргументов *ad hominem* неправомерно?

Аргументы “к человеку” — это аргументы, направленные на доказательство истинности или ложности тезиса путем анализа личности высказавшего его человека. Причем анализ, как вы сами понимаете, чаще всего бывает негативным. Аргументы *ad hominem* еще называют доводами против личности. Суть подобной аргументации — в дискредитации человека, выдвинувшего тезис или тот или иной аргумент, чтобы разрушить его позицию в целом или отдельно взятый довод. Критика противника (личности, характера, знаний, опыта, компетенции человека и т. д.) заключается в том, что оппонент представляет его не заслуживающим доверия, нечестным, некомпетентным, сбитым с толку, запутавшимся в своей собственной позиции. Чаще всего мы используем аргументы “к человеку” бессознательно, интуитивно, особенно когда затронуты наши личные интересы, а эмоциональный накал полемики очень высок. Это логично, ведь наши

собеседники и аудитория — люди и личности, и обращение к ним в рамках аргументации напрашивается само собой.

Порой голословного, ничем не подкрепленного аргумента “к человеку” достаточно, чтобы сбить с толку не только реципиента, но и аудиторию, тем самым лишив ее способности критично и объективно оценивать реальную ситуацию. С конца XX века этим активно пользуются политтехнологи во время выборов и проведения политических акций. Аргументы “к человеку” взяли на вооружение и журналисты, и специалисты по связям с общественностью, и пиарщики вместе с рекламщиками. Часто в период предвыборной кампании на нас сваливается информация о том, что один кандидат в студенческие годы злоупотреблял алкоголем, у другого на жену оформлены три завода, третий был замечен в связях с мафией и т. д. Все эти факты, знакомые нам не понаслышке, служат примерами аргументации к личности.

Личностная атака — так по-другому называется тактика использования аргументов “к человеку”. Корректно ее использование или нет? Вписывается ли она в правила теории аргументации? Классическая аргументация и логика безапелляционно утверждают, что данный прием некорректный, ошибочный, и относят его к манипулятивным. Но давайте все-таки порассуждаем. Аргументация “к человеку” практически всегда субъективна и слишком эмоциональна, поэтому рационально, объективно оценить корректность и обоснованность подобных доводов иногда невозможно. Некоторые аргументы такого типа действительно никак, кроме оскорбительных личностных нападок, переходящих в склоку, назвать нельзя. Такой переход на личности в теории аргументации называется *ad personam*. Однако во время спора некоторые аргументы “к человеку” бывают максимально эффективными, порой даже изящными, а главное — труднопроверяемыми. Значит, нам необходимо знать, в чем их особенность, как корректно применять аргументы такого типа и как защищаться от личностной атаки реципиентов. Начнем с рассмотрения вариантов и примеров аргументов *ad hominem*. Всю аргументацию такого типа можно свести к нескольким разновидностям.

1. **Прямая атака «Плохой человек — плохой аргумент».** Аргументы такого типа сводятся к следующему: «Мой оппонент — плохой (ненадежный, некомпетентный, незнающий, неопытный и т. д.), поэтому вы (аудитория, слушатели, третья сторона) не должны его воспринимать». В данном случае мы критикуем позицию или отдельно

взятый аргумент путем прямой атаки на реципиента. Такой вид аргументов “к человеку” действительно в большинстве случаев является некорректным и чаще всего приводит к переходу на личности и даже конфликту.

Как же защищаться от прямой личной атаки? Самый простой способ — через *логический анализ такой аргументации*. Например, о вас говорят: «Что вы его слушаете? Его вариант бюджета на следующий год не заслуживает доверия! Он же даже в Excel работать не умеет!» Теперь давайте рассмотрим аргумент с точки зрения логики. Как влияет знание программы Excel на умение прогнозировать? Разве владение ею является неотъемлемой и обязательной частью составления бюджетов какой-либо организации? Нет, конечно, поэтому в рамках защиты мы показываем оппоненту нарушение закона демонстрации, т. е. логическое несоответствие тезиса и приведенного аргумента. Никаких ответных личностных выпадов и взаимных оскорблений. Только логика и законы аргументации. Практика показывает, что при прямой личной атаке метод защиты «логический анализ аргументов» максимально эффективен.

2. **«Несоответствие слов делу».** В данном виде аргументов “к человеку” показывается несоответствие доводов оратора декларируемым им жизненным принципам и позициям, а также проявлениям его характера. Например, отец говорит сыну: «Курить очень вредно, этого нельзя делать ни в коем случае, иначе пагубная привычка приведет к серьезным заболеваниям, с которыми придется бороться всю жизнь». Сын отвечает: «Зачем ты меня учишь, если сам куришь?» Действительно, чего стоят аргументы отца, если он сам не соблюдает собственные рекомендации? Сын видит противоречие между декларацией и личным поведением отца. Как вы думаете, возьмет он его совет на вооружение или нет? Возможная защита от такого аргумента может состоять в объяснении подобного несоответствия. Например, отец признает, что сын действительно прав: это странно, что человек сам курит, а другим дает «ценные советы» о том, как этого избежать. Но именно потому, что отец курит, он имеет на это право. Из-за курения он стал зависимым человеком, но бросить смертельно опасную привычку достаточно сложно. И если бы 20 лет назад он не затянулся этой чертовой

сигаретой, сейчас все было бы по-другому. Прежде всего это касается здоровья.

Думаю, смысл способа защиты «объяснение / анализ несоответствия» вам понятен. Аргументы такого типа в отличие от прямой личностной атаки вполне корректны и, что самое главное, производят сильный эффект.

3. **«Предвзятость или личная выгода».** В аргументации такого вида берутся под сомнение искренность и истинность заявлений оппонента в связи с подозрениями в его личной заинтересованности и беспристрастности говорящего. Например, сотрудник компании рекомендует знакомого специалиста на высоко оплачиваемую вакансию. Ему отвечают: «Представляю я, какого “профессионала” вы приведете на эту золотую должность. Либо кого-то из родственничков. Воображаю, как они будут работать...» Или пример другого высказывания, который довольно часто используется в политике: «Вы вправду верите этому депутату, когда он говорит, что собирается в нашем районе разбить скверик? Да он же на этом строительстве столько денег наших кровных из бюджета сворует, что потом нам не только пенсии — ничего не будет. А у него благодаря скверу этому несчастному лишняя вилла где-нибудь на Багамах появится! Не надо нам ничего!» В данном случае аргументация сводится к демонстрации заинтересованности, личной выгоде собеседника в этом вопросе. В большинстве своем при использовании такого вида аргументации, как “к человеку”, собеседник не стремится к взаимовыгодному или беспристрастному рассмотрению вопроса, а лишь гнет свою линию, защищает свои корыстные интересы, выгодные только ему одному. Или же пытается в ходе беседы скрыть свою тайную цель, и все его заявления направлены вовсе не на то, что он защищает. В некоторых ситуациях защита от данного вида личностной атаки бывает достаточно сложной, однако в общем и целом она должна строиться по классической схеме контраргументации, которую мы рассмотрим далее. Можно также использовать метод *«объяснение / анализ несоответствия»*.
4. **«Чего с ним разговаривать?»** Стратегия данного вида аргументов “к человеку” заключается в следующем: мы демонстрируем неспособность и нежелание реципиента к всестороннему и глубокому рассмотрению вопроса, показываем бессмысленность и бесперспективность дискуссии

с этим человеком. Иногда собеседники говорят, что с их реципиентом вообще дискутировать не стоит, ведь он всегда будет лоббировать свою позицию, никогда не пойдет на компромиссы, и от него глупо ожидать искренности. Он безапелляционно отстаивает свое мнение, всегда исходит из своей специфической позиции (а значит, никогда не будет объективным или готовым услышать противоположную точку зрения), умышленно не слушает и не воспринимает никакие аргументы другой стороны, никогда не признает, что неправ, поэтому дальнейшая полемика с ним бессмысленна. Если говорить о корректности или некорректности подобных аргументов «к человеку», то стоит заметить, что это один из тех случаев аргументации к личности, который использовать не стоит. Если только у вас нет реальных подтверждений того, что все дискуссии с этим собеседником действительно сводятся к одному и тому же сценарию, описанному выше. Однако стоит помнить, что в арсенал вашего реципиента может входить данный вид аргументации, и надо быть готовым к тому, что он может его использовать. А как все знают, предупрежден — значит вооружен.

5. **«Почему вы нервничаете?»** Такой вид аргументов «к человеку» уж больно полюбился некоторым представителям нашего медиапространства. Стратегия этого метода состоит в том, что, услышав аргумент от реципиента, оппонент отходит от основной темы и начинает атаку на его личность. Например, задает неприятные вопросы типа «А что вы нервничаете-то?», «Почему у вас руки дрожат, боитесь, что ли?», «Почему вы на меня не смотрите? Почему вы мне говорите, а смотрите в другое место? Стыдно в глаза смотреть, что ли?», «Что вы все время глаз чешете? Знаете ли вы, что психологи утверждают, что это верный признак того, что человек врет? Вы врете, что ли?».

Конкретный пример. В одной из программ идеолог политического движения обвиняет Ксению Собчак в том, что программа, которую она ведет, «Дом-2» полна пошлости, нецензурщины, мата и прочих вещей, развращающих малолетних: «...я бы сказал следующее, здесь два важных вопроса...» Его прерывает Собчак: «Только не нервничайте! У вас руки дрожат!» Оппонент отвечает: «Да, я знаю, дрожат, я искренний человек, я первый раз на телевидении, в отличие от вас для меня это не профессия». Собчак: «Ничего страшного! Я всему вас обучу!» Как отвечать на подобного рода личностные атаки? Главное правило: спокойно. Так, как будто вас таким заявлением ничуть не смутили и вы

не сбиты с толку. Можно ответить: «Да, нервничаю! А как же не нервничать, когда обсуждается такая тема!» или «Вы бы лучше не за моими руками следили, а за тем, что я говорю!» Еще раз повторюсь: самое важно при отражении личностных атак в целом оставаться спокойным, невозмутимо отстаивать свою точку зрения и никогда не показывать, что выпады оппонента вас каким-либо образом задел. Лучше конструктивно, но опять-таки спокойно ответить: «Если вы будете продолжать в том же духе, мне придется прекратить дискуссию. Нам с вами это нужно?»

6. **«Сам дурак / сам такой же».** Упомянутый ранее последний вид аргументов “к человеку” чаще всего рассматривается в рамках традиционной логики, но, как мы уже увидели, им одним аргументы к личности не ограничиваются. “К человеку” сводится к высказываниям типа «Сам такой же», «Ты тоже совершаешь аналогичные ошибки», «Чья бы корова мычала» и т. д. Действительно, когда мы слышим в свой адрес сильный, неожиданный или затрагивающий нас лично аргумент, подобная реакция напрашивается сама собой. Однако она допустима лишь в том случае, если вы хотите атаковать оппонента в ответ на высказанный вам аргумент “к человеку” данного вида, но опять-таки с учетом контекста беседы и целей, которых вы хотите достичь в результате полемики.
7. Когда во время спора мы слышим фразы «...Не подлежит сомнению эрудиция оппонента...», «...Как человек выдающихся способностей, оппонент...», «...Вы обладаете колоссальным опытом и знаниями в этой сфере, поэтому вы...», то имеем дело с **аргументами к тщеславию**, одной из разновидностей “к человеку”. Такие аргументы рассчитаны на то, что оппонент, услышав в свой адрес поток комплиментов, похвал и признаний, растает, станет гораздо мягче и покладистее и скорее пойдет на какие-либо уступки в полемике. Человек, пользующийся аргументами к тщеславию, рассчитывает остудить полемический задор оппонента, лестью затуманить его сознание явными или завуалированными комплиментами. Аргументы к тщеславию — полная противоположность аргументов *ad hominem* (модель «плохой человек — плохой аргумент»). Здесь мы характеризуем личность оппонента не в черных красках, а, наоборот, представляем его в преувеличенно позитивном свете. Опять же, если оратор использует только аргументы к тщеславию — его позиция слаба, не доказана и некорректна. Но если

использовать их в совокупности с аргументами “к делу”, доводы к тщеславию можно отнести к эффективным манипулятивным приемам, которые часто используют опытные ораторы. Например: «Как же так? Вы — столь уважаемый, признанный в мире науке и известный ученый, автор множества поистине талантливых монографий, статей и книг, человек широчайшего кругозора и острого ума, как вы можете придерживаться такой несостоятельной точки зрения?»

Тактики утверждения

Фундаментальная тактика «Прямое убеждение»

Одна из самых распространенных, часто используемых и фундаментальных тактик убеждения называется «прямое убеждение». Ее суть — в последовательном озвучивании собственных аргументов, доведении своей заранее спланированной и подготовленной линии аргументации до оппонента или аудитории. «Классический метод» — так еще можно назвать тактику «Прямое убеждение». Собственно говоря, особой тактики в истинном смысле этого слова тут нет — присутствует лишь последовательное изложение своих аргументов, собственной линии аргументации, безо всяких хитростей и премудростей. Тем не менее это наиболее простой, универсальный и эффективный метод утверждения своей позиции

«Бремя доказывания».

Тот, кому удастся возложить бремя доказывания на оппонента, получает большое преимущество в споре. Бытует мнение, что доказывать труднее, чем разрушать доказательства. Как гласит известная поговорка, «Ломать — не строить». Правда это или нет, сказать сложно, но однозначно можно сделать вывод, что тактика возложения бремени доказывания на оппонента бывает крайне действенна в споре. Суть данного приема в том, что вместо утверждения своей позиции вы предлагаете доказать оппоненту обратное, т. е. перекладываете на него бремя подбирать аргументы и убеждать вас в правильности его собственной точки зрения. Пример. «Вы не согласны с моим мнением, что прямые выборы губернаторов надо вернуть. Это же абсолютно справедливо и очевидно! Тут, на мой взгляд, все аргументы “за”. Я не могу найти ни одного аргумента “против”. Назовите мне хотя бы один аргумент, почему вы не согласны с этим утверждением! Я с удовольствием послушаю». Или «А что вы, собственно, имеете против моей позиции?»

«Искренняя позиция»

Такая тактика является неуниверсальной, поэтому использовать ее можно не при любой ситуации и не в каждом споре. Суть этого метода в том, что наряду с перечислением своих аргументов мы признаем, что наша позиция не лишена минусов, что не лишена смысла и противоположная точка зрения, но... Вот это «но» в данной тактике нужно выделить большими и жирными буквами. Потому что мы все равно продолжаем гнуть свою линию, ведь основная цель состоит в том, чтобы реципиент принял нашу точку зрения. Приведение не только плюсов, но и минусов своей позиции помогает вам предстать перед оппонентами или аудиторией более объективным, честным, искренним. Вы позиционируете себя как человека, который способен проанализировать все стороны темы обсуждения, а также признать, что не только ваша позиция имеет право на существование. Кроме того, практика показывает, что такой анализ противоположных точек зрения и частичная самокритика словно затуманивают сознание

реципиента, делают его более расслабленным. Он соглашается с наличием минусов в вашей аргументации, поскольку все равно подразумевает, что окончательная правда на его стороне.

Это достоинства такой тактики. Но есть и недостатки. Не каждый реципиент оценит ваши благородные признания в некоторой слабости отстаиваемой вами позиции. Наоборот, он может использовать их против вас, причем очень результативно. Еще раз подчеркну, что тактика «искренняя позиция» сугубо контекстуальна. Ее можно эффективно применять в доброжелательной аудитории, состоящей из высокообразованных, разносторонних людей, интеллектуальный уровень которых как минимум выше среднего. В такой аудитории действительно глупо бить себя в грудь, утверждая, что вся правда только на вашей стороне, а все, что ей противоречит, — ересь, полнейшая чушь и ложь. Для таких слушателей двусторонний анализ тезиса с перевесом аргументов в пользу вашей исходной позиции — лучший метод убеждения в своей правоте.

«Инициатива в споре».

Всем известно, что лучшая защита — нападение. Наверное, это утверждение больше всего подходит для описания основной сути приема «Инициатива в

споре». Начиная дебаты или полемику, вы не только приводите аргументы в защиту собственной позиции, но и предвосхищаете возможные контраргументы оппонента, сразу же их разрушая. Таким образом, вы не оставляете собеседнику возможности вам возразить, ведь весь его потенциальный «арсенал» уже сами озвучили и сами же разбили. Этот метод — действительно один из самых надежных и эффективных. Многие известные ораторы, политики, публичные персоны его часто используют и в результате одерживают победу в дебатах с оппонентом. Однако такая тактика требует большей подготовки, чем какие-либо другие. Ведь наряду с выстраиванием своей линии аргументации необходимо предвосхитить контраргументы реципиента и суметь подобрать действенные ответные аргументы, чтобы их отбить. Кроме того, тактика «Инициатива в споре» включает в себя эмоциональную и экспрессивную составляющую. Необходимо тщательно подготовиться и к этой стороне публичного выступления. Использование такой тактики требует от вас максимальной уверенности в своей позиции, эмоциональности, большого количества энергии, отточенных невербальных средств выражения своих мыслей и эмоций. Инициатива должна выражаться в «перехвате» не только аргументов, но и своеобразного руля эмоционального управления полемикой.

Пример. «Я убежден, что никаких религиозных уроков проводить в школах категорически нельзя (*тезис*). Сегодня в расписаниях многих средних учебных заведений можно встретить такие предметы, как “Основы православной культуры”, “Основы христианства” и т. д. (*демонстрация актуальности тезиса*). Это же прямое нарушение всех законов России (*первый аргумент*)! Напомню, что Конституция РФ устанавливает свободу вероисповедания. Это значит, что никто не может навязывать религию другому человеку (*поддержка аргумента*). И закон “Об образовании” утверждает светский принцип образования (*поддержка аргумента*)! Что же это получается? Маленьким детям, которые в силу возраста еще не могут сформировать свой взгляд на мир и пока не могут определиться с реальным пониманием того, какую религию они исповедуют, вдалбливают догмы одной определенной религии (*второй аргумент*).

Почему на уроках освещаются только вопросы православия? Разве у нас православие — государственная религия (*третий аргумент*)? Так вот, конституцией установлено, что Россия — страна светская, а это значит, что ни одна религия не может преобладать над другой (*поддержка аргумента*). Вы,

скорее всего, мне возразите, скажете, что у нас в стране по статистике больше всего православных (*предвосхищение контраргумента*)? Так что, мы должны всех насильно в православие обращать? И атеистов, и приверженцев других религий (*свой контраргумент*)? Религия — очень личное, если хотите, интимное дело каждого человека.

Вы можете мне возразить и сказать, что, мол, можно детей разделять — христиан в одну группу, мусульман — в другую (*второй возможный контраргумент*). Вы хотите, чтобы все 89 субъектов России разделились на разные конфессии? Хотите, чтобы было разделение детей внутри класса (*свой контраргумент*)? Хотите, чтобы дети говорили друг другу: “Это мои уроки, иди вот на свой мусульманский!” (*картинка контраргумента*)? Такое, знаете, как в истории называется? Апартеид — вот как это называется (*поддержка контраргумента*)!

Многие говорят, что уроки религии — возможность духовного воспитания наших детей (*второй возможный контраргумент*). С тем, что духовно воспитывать детей надо в школе, я согласен, но только не через религиозные уроки (*свой контраргумент*). Пусть лучше детей водят в музеи, приучают к настоящему искусству, воспитывают чувства прекрасного, доброго и справедливого через уроки этики, культурологии, истории, а не через насильственное обращение в религию. А если кто хочет для своих детей именно православное духовное воспитание, так ведь есть христианские школы. Ради бога, пусть ведут туда детей. Это право каждого (*поддержка контраргумента*).

У нас всегда все доводят до крайности. Я понимаю еще целесообразность уроков “История религии”, но даже там должен рассматриваться культурологический, а не религиозный аспект. И то в виде факультативного, а не обязательного предмета (*возможное решение проблемы, четвертый аргумент*)! Кстати, все представители крупнейших религий высказались категорически против таких уроков в обязательном порядке (*пример*)! Таким образом, я просто уверен на 100% в невозможности проведения подобного рода уроков, нарушающих права и свободы граждан, а также не соответствующих законодательству страны (*резюмирование позиции*)!»

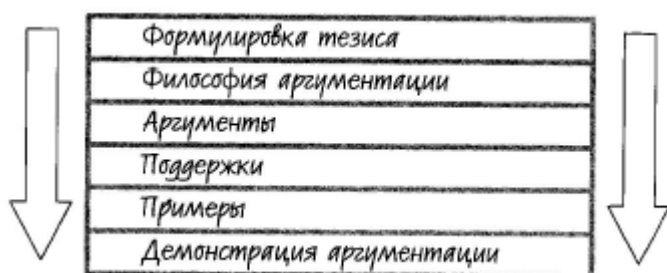
«Кунктация»

Последний из приемов носит мало кому знакомое название «кунктация», которое произошло от латинского *cunctator*, что означает «медлительный». Кунктатор — такое прозвище дали древнеримскому полководцу Квинту Фабию Максиму за его медлительность в войне против Ганнибала. Он тянул с решительным сражением, за что его неоднократно осуждал и высмеивал римский сенат. Однако полководец делал это специально, чтобы истощить армию Ганнибала. В конце концов солдаты противника действительно деморализовались и разбежались, так и не дождавшись боя. С тех пор прием затягивания перед предъявлением самого сильного и мощного аргумента называют кунктацией. Суть такого метода — занять в споре или полемике выжидательную позицию, чтобы тщательно проанализировать точку зрения оппонента, проверить свои аргументы, слабые и неубедительные отбросить, а самые сильные использовать в конце, чтобы у противника уже не оставалось возможности вам возразить. Поскольку все его доводы уже прозвучали, он уверен, что правда на его стороне, и совсем не ожидает, что у вас припасен сюрприз в виде сильного и убедительного аргумента. Такой прием еще называется «эффектом неожиданности». Однако его основное достоинство не только во внезапности атаки, но и в том, что у вас есть возможность тщательно прощупать почву, лучше понять позицию оппонента и, самое главное, подкорректировать свою линию аргументации. Возможно, вы поймете, что какой-то подготовленный вами довод плохо сочетается с точкой зрения и мыслями оппонента и поэтому использовать его бесполезно. Или, наоборот, осознаете, что один из аргументов, на который вы особо не рассчитывали, подействует на реципиента или аудиторию максимально эффективно. Кунктацию часто применяют профессиональные переговорщики. Например, наша цель — продать какой-либо товар. Соответственно, для противоположной стороны, т. е. закупщика, мы фактически защищаем тезис «Вы должны купить мой товар», приводя множество аргументов — конкурентные преимущества продукта, современную технологию его производства, Глава 7. Тактики утверждения 129 гарантию качества, выгодные условия сотрудничества. Но все-таки самую сильную «карту» раскрываем не до конца. Наиболее весомым и действенным доводом для байера будет «20%-ная скидка» или «максимальный ретробонус» — его-то мы и приготовили в качестве финального аргумента, который, скорее всего, сломит визави и заставит его согласиться с нашим тезисом (т. е. совершить покупку).

Тактики отрицания

Перейдем к тактикам, которые целесообразно использовать при отрицании тезиса оппонента. В теории аргументации такое отрицание называется контраргументацией, т.е. ответной аргументацией, имеющей целью разрушить доводы реципиента.

Прежде всего мне бы хотелось дать несколько общих рекомендаций. Во-первых, «ответные удары» можно наносить не только по аргументам собеседника, но и по другим элементам структуры его аргументации. «Возможные зоны», своеобразные «мишени» для контраргументации или отрицания можно схематично представить таким образом



Во-вторых, постоянно задавайте себе вопросы, которые помогут вам правильно построить любую тактику отрицания и добиться необходимых результатов. Среди таких вопросов стоит обозначить прежде всего следующие.

- Можно ли оспорить аргументы, приводимые собеседником?
 - Чем подкреплены аргументы? Насколько они глубоки и разнообразны?
 - Доказаны ли приводимые аргументы? Имеются ли объективные поддержки и примеры?
 - В достаточной ли мере поддержки и примеры доказывают аргументы оппонента? Есть ли неудачные примеры и сравнения?
 - Не противоречат ли аргументы собеседника друг другу?
 - Последователен ли оппонент, излагающий свои аргументы?
 - Насколько верны заключения и выводы собеседника?
 - Не односторонне ли рассмотрена тема?
- и тд.

Фундаментальная тактика «Прямое отрицание» заключается в последовательном опровержении аргументов, из которых состоит линия аргументации реципиента. Пример. Аргумент: «Еще раз подчеркну, что цензура в интернете необходима. Мы должны контролировать этот нескончаемый поток лжи, пошлости, разврата, дезинформации. Для этого у

нас есть законодательное поле. Мы не нарушаем ничьи права. Всем только станет лучше!» Контраргумент: «Боюсь, что вы совершаете ошибку. Никакого законодательного поля для внедрения цензуры в Интернете нет. Вы, наверное, не читали главный закон страны — Конституцию РФ, в 29-й статье которой четко сказано: Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается».

Тактика противоречий основана на поиске взаимоисключающих доводов в рассуждениях оппонента и заострении на них внимания при контраргументации. Пример. Аргумент: «...и вообще, мне не нравится, как вы сделали презентацию проекта». Контраргумент: «Подождите! Несколько минут назад вы утверждали, что реализация защищаемого мною проекта невозможна из-за нехватки финансирования. А сейчас выясняется, что вам не нравится оформление моей презентации. Давайте все-таки разберемся, в чем истинная причина отклонения проекта».

Тактика следствий основана на анализе демонстрации доказательств, предоставляемых оппонентом. Напомню, что демонстрация, один из элементов аргументации, показывает связь аргументов с тезисом. Используя эту тактику, мы анализируем умозаключения собеседника и, обнаружив между ними ложную или некорректную причинно-следственную связь, акцентируем на этом внимание в своей линии контраргументации. Логическая ошибка, допускаемая в таком случае реципиентом, называется «мнимое следствие». Пример. Аргумент: «Мы должны продавать газ Украине по льготной, сниженной цене, Я настаиваю на этом! Вся российская государственность зародилась в Киеве!» Контраргумент: «Позвольте! А как зарождение российской государственности в Киеве связано с продажей газа? Я не вижу здесь никакой логики!»

Рефрейминг. Не всегда необходимо подвергать критике доводы оппонента и прибегать к контраргументации. Иногда имеет смысл грамотно переоценить тот или иной аргумент, сместить стереотипное восприятие в иную, иногда противоположную сторону. Одно и то же явление, одну и ту ситуацию можно рассмотреть с разных точек зрения. Смысл любого события, факта или ситуации зависит лишь от того, как мы это воспринимаем, с какой позиции оцениваем и в какую рамку [frame] ставим. Допустим, вы стали свидетелем какой-либо забавной сцены. Можно сказать: «Очень весело/смешно», а можно: «Цирк на выезде / клоунада какая-то». В первом случае рамка

позитивная, а во втором — скорее негативная. Технику рефрейминга эффективно используют в такой сфере, как продажи. Именно на ней основаны многие современные методики работы с возражениями клиентов. «У вас товар дороже, чем у конкурента!» — «Зато только мы предлагаем своевременную отгрузку товара и отсрочку платежа в 25 дней!»

В завершение разговора о контраргументации еще несколько рекомендаций:

- Ни один аргумент оппонента не оставляйте без возражения.
- Всю линию аргументации оппонента разделите на аргументы и разбивайте их по отдельности.
- Не стоит усердно возражать против однозначных и несомненных доводов оппонента. Неоспоримые факты лучше игнорировать, замять, умолчать о них или найти им объяснение, наиболее выгодное для вашей позиции.
- Максимально используйте факты полного или хотя бы частичного согласия оппонента с вашей точкой зрения.

50 уловок в аргументации

Под уловками понимают некорректные и непозволительные приемы, предназначенные для получения преимущества в коммуникативной ситуации, чтобы максимально удовлетворить собственные интересы, победить в споре и ослабить позицию противоположной стороны. Еще греческий философ Зенон выделял два вида риторики: «открытой ладони» и «сжатого кулака». Первый вид характеризуется стремлением убедить оппонента с помощью грамотной, логичной аргументации, уважительного обсуждения вопроса. Второй ориентирован на победу в споре любой ценой без возможности компромисса, с помощью различных средств принуждения, психологического давления, использования жестких, иногда провокационных полемических приемов.

Таблица. 50 логико-риторических и психологических уловок в аргументации

<i>Логико-риторические</i>	<i>Психологические</i>
1. Обобщение/конкретизация	1. Личностная атака
2. Неопределенность тезиса	2. Личная выгода
3. Сужение/расширение тезиса	3. Подмазывание
4. Неправильная аналогия	4. Аргумент к невежеству
5. Ссылка на стереотипы	5. Аргумент к жалости, состраданию
6. Домысливание	6. «Палочные» доводы
7. Аргумент к здравому смыслу	7. Честное слово / откровенность
8. Критика не за сказанное, а за несказанное	8. Приклеивание ярлыков
9. Ложный авторитет	9. Личное мнение

10. «Двойная бухгалтерия»	10. Метод Сократа (после двух «да»)
11. Игнорирование	11. Метод «да, но...»
12. Уловка Фомы	12. Ставка на возраст
13. Теория и практика	13. Несоответствие слов делу
14. Использование неполных сравнений	14. Раздражение оппонента
15. Бездоказательные оценки	15. Внушение
16. Поспешное обобщение	16. Гнетущее молчание
17. Да или нет	17. Скрытые мотивы
18. Железный довод	18. Чтение мыслей
19. Атака вопросами	19. Передергивание

20. Отсрочка вопроса	20. Работа на публику
21. Вопрос на вопрос	21. Ирония
22. Диверсия	22. Псевдовыбор
23. Обструкция	23. Отвлекающий маневр
	24. Количественно-качественные подмены
	25. Уход от контакта
	26. «Дамский» аргумент
	27. Ответ психолога

Как мы можем увидеть их достаточно много, поэтому сегодня мы разберем лишь несколько из них. Если кому будет интересно, вы сможете позже почитать побольше о них.

Логико-риторические уловки:

ОБОБЩЕНИЕ / КОНКРЕТИЗАЦИЯ

Эта уловка состоит в обобщении или конкретизации какого-либо понятия в зависимости от того, что выгодно оратору. «Обобщение: Это не договор, а

гарантия нашего взаимовыгодного сотрудничества! Конкретизация: Это всего лишь две подписи на бумаге, формальность, так что давайте не будем затягивать!» «Обобщение: Новый год — самый грандиозный праздник у нас в стране! Конкретизация: Новый год — всего лишь смена очередного календарного года».

СУЖЕНИЕ / РАСШИРЕНИЕ ТЕЗИСА - речь шла в начале лекции

ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ

В рамках этой уловки полемист дискредитирует аргумент или всю линию аргументации, обвиняя оппонента в том, что это его личное, субъективное мнение, не имеющее ничего общего с истиной. И если собеседник ловится на такую уловку, ему уже приходится доказывать не свой исходный тезис, а то, что это не его личное мнение. «Вы имеете право так рассуждать, потому что каждый из нас имеет право на свое собственное, личное мнение! Только в действительности все по-другому...» «То, что вы сейчас утверждаете, — всего лишь ваше личное мнение! Вот так и говорите: мое мнение такое-то, а не выдавайте это за истину в последней инстанции!»

Пример: «То, что вы утверждаете, не имеет никакого отношения к правде, это ваше личное, субъективное мнение. Вот так и говорите!» Нейтрализация: «В какой-то степени все доводы субъективны. Но позвольте мне доказать вам, что такой точки зрения придерживаюсь не только я и в чем здесь есть разумное зерно».

ЛОЖНЫЙ АВТОРИТЕТ

Пример: «Отдельные представители научного сообщества со мной солидарны!» Нейтрализация: «Я был бы вам благодарен, если бы вы привели более подробные сведения о представителях научного сообщества! Ваша ссылка на авторитет, к сожалению, безадресная, а очень хочется конструктивности и конкретики!»

ССЫЛКА НА СТЕРЕОТИПЫ

Если бездоказательность доводов ваших собеседников маскируется ссылками на существующие стереотипы, мы имеем дело с распространенной уловкой. Стереотипы, какими бы распространенными они ни были, не могут сами по себе стать серьезной доказательственной базой тезиса. При этом чаще всего используются неверные по своей сути стереотипы, давно опровергнутые наукой, или идеологические догмы, потерявшие актуальность по истечении

времени. Однако манипулятор маскирует сомнительность своего довода словами «как известно», «издревле считалось», «очевидно, что» и т. д. Важно помнить, что стереотип — это прежде всего психологическая установка, коммуникативный барьер, мешающий адекватному восприятию информации. Например:

«Если она не вышла замуж после 25 лет, то так и останется старой девой». «Женщине незачем строить карьеру, ее обязанность — быть хранительницей домашнего очага». «Как известно, женщины водят машину хуже, чем мужчины».

Частым случаем ссылки на стереотипы служит аргументация догмой: «Вы знаете, в таких случаях необходимо действовать только таким образом!» «У нас так принято!» «Вообще-то, так положено!»

Пример: «Ничего слушать не хочу! У нас так принято! Соблюдайте процедуру!» Нейтрализация: «Я прекрасно понимаю, что у вас строгая процедура. Но давайте хотя бы один раз попробуем поступить так, как предлагаю я. От этого не убудет, не прибудет. Если мой вариант окажется менее эффективным, то мы вернемся к вашему методу работы!»

ИГНОРИРОВАНИЕ

Часто ораторы просто не замечают доводов оппонента, если им нечем их опровергнуть. Такая уловка называется «игнорирование». Они делают вид, как будто этого аргумента и вовсе не было, поэтому в дальнейшем оценивают линию аргументации собеседника, игнорируя некоторые приведенные им доводы. Иногда это действует, так как оппонент сам забывает о том, что говорил. Однако стоит ему еще раз напомнить об исходном аргументе, так эта уловка теряет свою эффективность.

ДА ИЛИ НЕТ

Не на все вопросы можно категорично и односложно ответить «да» или «нет». Очень многие ответы требуют оговорок и исключений, к тому же немалую роль играют различные нюансы. Зачастую ораторы прибегают к следующей уловке: требуют быстрого и категоричного согласия с той или иной позицией или ее отрицания, тем самым приводя оппонента в замешательство. Любой из ответов в этом случае выгоден оппоненту: либо вы с ним во всем соглашаетесь, либо даете почву для сильной критики в свой адрес. «— ...поэтому этот вопрос требует тщательного рассмотрения. — Будьте добры, ответьте, вы за цензуру? Да или нет? Отвечайте!» «Вы поддерживаете политику США? Да или нет?» «Вы за эвтаназию? Да или нет?»

Многие другие логико-риторические уловки схожи с ошибками, что рассматривались нами в начале лекции.

Психологические уловки:

ЛИЧНОСТНАЯ АТАКА

Пример: «Вы бы сначала оделись подобающим образом, а потом уже лезли со своими предложениями!»
Нейтрализация: «Я не знал, что одежда влияет на ход мыслей. Если мы будем агрессивны по отношению друг к другу, то ничего этим не добьемся, а будем сидеть здесь до ночи, не двигаясь с места. Я сделаю вид, что ничего не слышал, и мы начнем конструктивную беседу! Только уважая друг друга, мы сможем найти решение, приемлемое для всех сторон! Давайте перейдем к...»

ПОДМАЗЫВАНИЕ

Пример: «Вы как образованный человек согласитесь, что я прав».
Нейтрализация: «Благодарю вас за такие лестные слова, но все же давайте обсудим вопрос конструктивно и более детально. Я очень заинтересован в том, чтобы выбрать лучший проект, но для этого необходимо тщательно взвесить все “за” и “против”».

Уловка «Честное слово»
Пример: «Я вам клянусь, что все так и было!»
Нейтрализация: «Я отнюдь не говорю, что вам не верю! Только давайте подходить к делу более серьезно. Представьте факты, которые бы доказывали ваши слова!»

ДАМСКИЙ АРГУМЕНТ

Пример: «— Вы уже вторую неделю задерживаете платеж! — Что вы мне предлагаете? Почку свою продать, что ли, чтобы деньги появились?»
Нейтрализация: «Ценю ваш юмор, но давайте не будем все сводить к абсурду! Договорные обязательства есть договорные обязательства! Я понимаю, что лично вы в задержке платежа не виноваты. Однако вы работаете со мной, и лично вы представляете интересы вашей компании. Давайте конструктивно подойдем к делу, и вы дадите мне конкретный ответ, когда я смогу увидеть необходимую сумму на моем счету».

СКРЫТЫЕ МОТИВЫ

Пример: «Если вы против того, чтобы женщина делала себе карьеру, то вы просто женоненавистник!»
Нейтрализация: «Давайте оставим это неблагоприятное дело — обсуждение моей личности. Если хотите знать, у меня замечательная семья и любимая жена. Однако это никак не меняет сути моих аргументов. Я еще раз озвучу свои доводы, а вы постараетесь их непредвзято рассмотреть! Давайте вместе доберемся до истины!»

ПРИКЛЕИВАНИЕ ЯРЛЫКОВ

Эта уловка имеет много общего с аргументацией “к человеку”, методом бездоказательной оценки и даже рефреймингом. Подобная гремучая смесь разных методик коммуникативного манипулирования состоит в том, что собеседник, вместо того чтобы анализировать аргументы и позицию оппонента, приклеивает им преувеличенные, бездоказательные, ярко окрашенные ярлыки. Они могут отражать отношение как к самим аргументам, так и к личности выступающего (отсюда сходство с аргументами к личности). Безусловно, все эти ярлыки несут негативную оценку, которая иногда выражается в язвительных замечаниях и насмешках.

«Ваши пустые надежды на светлое будущее...»

«Чего вы хотите добиться своим нытьем?»

«Ваш откровенно слабый проект не стоит стольких денег!»

«Как долго вы будете строить иллюзии?»

«Ваши манипуляции со статистикой невозможно воспринимать всерьез».

Отражение уловок:

1. Можно вообще не замечать уловку. Такое поведение уместно, если заранее известно, что собеседник склонен к конфликту, придерживается исключительно своего мнения, обладает ярко выраженной внутренней референцией. Я также рекомендую уступить, если отношения с оппонентом важнее предмета спора.
2. Встретить уловку ответным ударом. Ведь, если оппонент использует нелояльные аргументационные приемы, значит, речь уже идет не о поиске истины, а о победе в споре.
3. Нейтрализовать, отразить уловку.

Таблица. Отражение логико-риторических и психологических уловок

<i>Логико-риторических</i>	<i>Психологических</i>
Тактично укажите оппоненту на нарушение логики в его рассуждениях	Сохраняйте спокойствие и хладнокровие
Объясните, почему такое нарушение логики не может иметь место	Не показывайте собеседнику, что его уловка подействовала и вас это задело
Тактично, без осуждения скажите оппоненту, что он использует нелояльные и деструктивные приемы ведения спора. Покажите свое знание полемических уловок и готовность их отразить	Напоминайте оппоненту о правилах ведения конструктивного спора
Не указывайте оппоненту на умышленное и намеренное использование уловки	Напоминайте собеседнику об уступках в споре и о возможном компромиссе, что будет лучшим вариантом для обеих сторон
Укажите, что поведение собеседника препятствует	Призывайте решить вопрос по существу

<p>разрешению ситуации в интересах обеих сторон</p>	
<p>Напомните о цели спора, беседы или дискуссии</p>	<p>Напоминайте оппоненту о главном приоритете в споре; решить проблему, найти лучшее решение, установить истину</p>
<p>Попросите вернуться в нужное русло беседы или спора</p>	<p>Объясняйте, что использование данных приемов препятствует конструктивному разрешению ситуации в интересах обеих сторон</p>
<p>Призовите оппонента рассуждать и доказывать свои тезисы трезво, конструктивно, взвешенно и грамотно</p>	<p>Тактично указывайте, что оппонент использует психологическую уловку. Демонстрируйте знание полемических уловок и умение их отразить</p>
<p>Без агрессии укажите на абсурдность доводов, выводов или причинно-следственных связей</p>	<p>Уточняйте, что собеседник хочет сказать или чего достичь, задавайте уточняющие и поясняющие вопросы</p>

<p>Попросите собеседника обратиться к объективным доводам</p>	<p>Если необходимо, предлагайте конструктивный выход из сложившейся ситуации</p>
<p>Показывайте своим поведением искреннее желание достичь истины в споре</p>	<p>Обозначайте возможность компромисса</p>
<p>Если необходимо, предлагайте собеседнику конструктивный выход из сложившейся коммуникативной ситуации</p>	

Осуществляйте профилактику использования нелояльных приемов в споре. Перед началом любого разговора или любой дискуссии установите правила ведения беседы: не нападать, не перебивать, позволять всем участникам полемики спокойно высказывать свое мнение, быть лояльным и терпеливым, уважать позицию и мнение оппонентов. Устанавливая такие простые правила, мы впоследствии можем просто на них ссылаться. Это и будет лучшей нейтрализацией любой полемической уловки и манипулятивных приемов ведения дискуссии.

ПРАКТИКА:

Отразите и нейтрализуйте следующие уловки.

1. Ой, вы меня сейчас своими доводами прямо насмешили!

2. Ваш откровенно слабый проект не стоит столько денег!

3. Категорически с вами не согласен! И точка! Не хочу больше об этом говорить!

4. Меняется власть. Какой толк? Те же взяточники, те же бюрократы, такой же беспредел!

5. Вот вы доживете до моих лет, а потом и будете рассуждать!

6. Если вы со мной не согласны, мне не о чем с вами говорить! Я просто уйду!

7. Как известно, женщины водят машину хуже, чем мужчины.

8. Вы сначала научитесь по-русски без ошибок говорить, а потом уж лезьте со своими предложениями!

9. Скажите правду, кто вам заплатил за то, чтобы вы нам тут это доказывали?

10. Вот власти освободят всех преступников по амнистии, и количество краж, убийств и разбоев увеличится во сто крат!

11. Могу лишь резюмировать, что много важных вопросов в вашем докладе осталось без ответов...

12. Все, что вы говорите, — абсолютно верно. Но только в теории. На практике же все будет абсолютно по-другому. И как ни жаль, но ваша вроде бы интересная и рациональная идея потерпит полный крах!

13. «Что вы об этом думаете?» — «Вы сами-то что думаете?»

ОБЩАЯ ПРАКТИКА: «Межкомандная дискуссия»

Требованием к дискуссии является наличие альтернатив, ситуация выбора. Группа делится на две части. Одна команда отстаивает одну позицию, другая — другую. Команды рассаживаются друг против друга так, чтобы члены одной команды сидели в ряд по одну сторону, члены другой команды — в ряд напротив первой. Внутри команд каждому члену дается задание: по порядку списка техник аргументации каждому выделяется одна техника. Порядок следующий: в пользу своей позиции делает высказывание член команды № 1, на его высказывание отвечает 1 член команды № 2 с использованием одной из техник отрицания. На его аргумент в свою очередь отвечает 2 член команды № 1, используя следующую по списку технику и т. д. Приветствуется использовать тактики утверждения, не забывать правила построения аргумента, а также уловки.

Темами для дискуссии могут быть следующие ситуации выбора:

1. Одна команда считает, что лучше покупать импортный автомобиль, другая — что отечественный.
2. Одна команда считает, что молодоженам лучше жить с родителями, другая — что отдельно.

3. Одна команда считает, что для получения образования детей надо отправлять за границу, другая — что наше образование лучше.
4. Одна — что лучше начать свое дело, быть самому себе хозяином, другая — что лучше работать под руководством сильного лидера.

ПРАКТИКА: Ролевые игры

1. *Ситуация.* У вас есть лишний билет на футбол. Нужно пригласить друга (члена группы) на футбол. Он его не любит. Использовать техники аргументации.

Действующие лица. Два менеджера.

2. *Ситуация.* Вам нужно уговорить рабочего выйти на работу в один из выходных. У рабочего уже есть планы на эти выходные. Он собирался на рыбалку.

Действующие лица. Менеджер и его подчиненный.

3. *Ситуация.* Вам нужно сделать так, чтобы член группы посмотрел вашу машину, с ней что-то не так. Вы слышали, что он хорошо в них разбирается.

Действующие лица. Два члена группы.

4. *Ситуация.* Что делать, если подчиненный — творческая личность, периодически витающая в облаках. Человек очень ответственный, но из-за рассеянности приходится контролировать каждый его шаг.

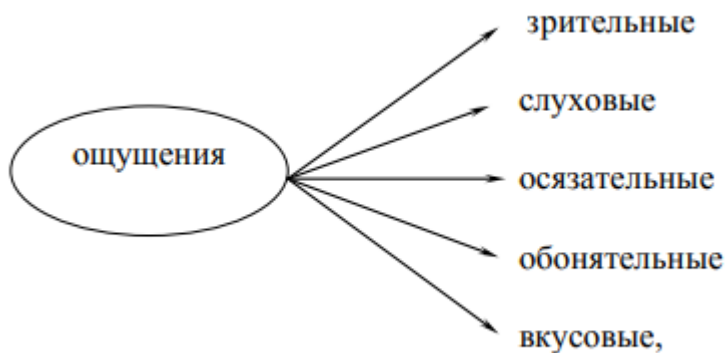
Действующие лица. Менеджер и подчиненный.

Задание. Менеджеру нужно поговорить с подчиненным и убедить его изменить свое поведение, стать более внимательным. Использовать техники установления контакта, аргументации и активного слушания.

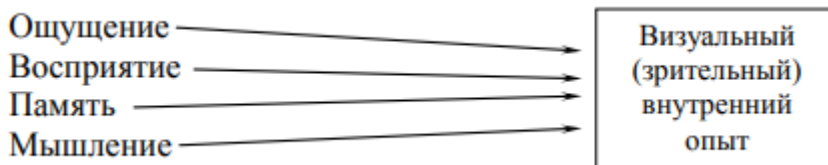
Принципы НЛП

При получении информации о внешнем мире человек опирается на органы чувств. Фактически весь наш опыт формируется на основе зрительных, слуховых, вкусовых, тактильных и обонятельных ощущений (именно эти пять сенсорных модальностей наиболее важны, хотя, кроме них, существуют и другие). Модель модальностей — одна из первых моделей НЛП.

В обычной психологии рассматривается такое разделение:



в НЛП эту зависимость развернули:



Таким образом, различные психические процессы интегрированы в понятие внутреннего опыта, т. е. информация, которая поступила по тому или иному сенсорному каналу, запомнилась и используется в процессе мышления, составляет собственно внутренний опыт человека.

Каждая система получает информацию и затем активирует воспоминания для выработки поведения. Если мы храним информацию в памяти визуально, мы будем вспоминать и описывать эту информацию при помощи визуального языка. Таким образом, мы сохраняем визуальный формат.

Отношение между поступлением информации, ее репрезентацией в сознании и субъективным опытом:

Поступающая информация		Внутренняя репрезентация информации		Субъективный опыт
Из внешнего мира (поступает в сознание через органы чувств)	⇒	Поступает в нашу нервную систему и интерпретируется как	⇒	Информация конструируется или извлекается как
Визуальная (глаза)		Изображения		V — визуализации, изображения
Аудиальная (уши)		Звуки		A — звуки, шумы
Кинестетическая (кожа/тело)		Ощущения		K — тактильные ощущения

В упражнении попробуйте специально ограничить поток поступающей информации и интенсифицируйте ее получение через каждую модальность.

► Упражнение (выполняется индивидуально)

Нарисуйте таблицу «Вижу. Слышу. Чувствую»: Вижу Слышу Чувствую В течение трех минут отмечайте то, что видите. В следующие три минуты то, что слышите, и, наконец, в последний период — то, что чувствуете, например давление ладони на щеку, дужки очков. Люди могут размышлять о событиях по-разному соответственно сферам опыта, т. е. можно генерировать визуальные образы, кинестетические ощущения или говорить что-то самому себе. Обратите внимание на то, что в рассматриваемой модели модальностей процесс мышления специфицирован по отношению к чувственному опыту. Следующее упражнение дает возможность оценить правомерность такого утверждения.

► Упражнение (выполняется индивидуально)

В течение пяти минут обратите внимание на содержание своих мыслей: сколько раз вы будете думать в картинках, в словах, кинестетических ощущениях. Ставьте пометку в соответствующих колонках таблицы «Вижу. Слышу. Чувствую». Иногда наряду с визуальной, аудиальной и кинестетической модальностями выделяют дигитальную или аудиально-дигитальную модальность. Другое название дигитальной модальности — внутренний диалог, потому что человека в ней что-то обсуждает сам с собой, проговаривает. То есть это тоже аудиальный способ представления, правда довольно специфический.

Типы субмодальностей

<i>Визуальные субмодальности</i>	<i>Аудиальные субмодальности</i>	<i>Кинестетические субмодальности</i>
<i>Положение</i>	<i>Положение</i>	<i>Качество</i>
<i>Расстояние</i>	<i>Высота</i>	<i>Интенсивность</i>
<i>Цветной — ч/б</i>	<i>Громкость</i>	<i>Положение</i>
<i>Яркость</i>	<i>Моно / стерео</i>	<i>Движение</i>
<i>Фокус</i>	<i>Монотонность</i>	<i>Направление</i>
<i>Детальность</i>	<i>Темп</i>	<i>Скорость</i>
<i>Фон</i>	<i>Ритм</i>	<i>Размер</i>
<i>Форма</i>	<i>Длительность</i>	<i>Температура</i>
<i>Ассоциация / диссоциация</i>	<i>Прерывность / непрерывность</i>	<i>Текстура</i>
<i>Панорамность</i>	<i>звучания</i>	<i>Давление</i>
<i>Граница</i>		
<i>Движение</i>		
<i>Пропорции</i>		
<i>Размерность</i>		

► Упражнение (выполняется индивидуально)

Попробуйте вспомнить любую жизненную ситуацию и специально обратите внимание на параметры возникающего образа, предварительно познакомившись с таблицей субмодальностей. Отметьте в таблице «Вижу. Слышу. Чувствую» параметры возникающего образа. Сделайте вывод о том, какие из субмодальностей представлены в этом воспоминании в наибольшей степени. С точки зрения Р. Бэнглера, не управляя возникающим образом, человек позволяет ему управлять собой, обуславливая то или иное эмоциональное состояние и поведение. Продолжая эту мысль, Дж. О'Коннор, Дж. Сеймор отмечают, что «наиболее интересное свойство субмодальностей заключается в том, что происходит, когда вы их изменяете. Некоторые из них могут быть изменены безнаказанно и не производят различий. Другие могут быть важнейшими по отношению к отдельным воспоминаниям, и их изменение полностью меняет наше отношение к переживанию. Обычно воздействие и смысл воспоминания или мысли в большей степени является функцией небольшого числа важнейших субмодальностей, а не его содержания» .

► Упражнение (выполняется индивидуально)

1. Подумайте о событии из прошлого, которое было очень приятным, — возможно, о том, о котором вы давно не вспоминали. Задержитесь на мгновение, чтобы вернуться к этому воспоминанию, и убедитесь, что вы видите то, что видели, когда это приятное событие свершилось.
2. Глядя на это приятное воспоминание, измените яркость изображения и отметьте, как изменяются в ответ ваши чувства. Сначала делайте его ярче и ярче... затем делайте его все более тусклым, таким, что едва сможете его различить.
3. Отметьте, как меняется ваше самочувствие.
4. Теперь также вспомните неприятное событие: что-то такое, о чем вы думаете, и это вызывает у вас неприятные эмоции.
5. Теперь делайте картинку все более и более тусклой.
6. Отметьте, как изменилось ваше ощущение.

Примечание. Яркость — одна из субмодальностей. Как правило, увеличение яркости увеличивает интенсивность ощущений, а уменьшение яркости, наоборот, снижает. Однако существуют исключения. Во-первых, если вы сделаете картину такой яркой, что она «смоет» все детали и станет почти белой, это скорее снизит, нежели увеличит интенсивность ощущений. Во-вторых, у некоторых людей ситуация обратная. В-третьих, исключение может быть связано с содержанием воспоминания. Если приятная картина (закат солнца, сумерки) связана с тусклостью, увеличение яркости снизит интенсивность приятных воспоминаний. При работе с внутренним опытом других людей необходимо уметь задавать вопросы, помогающие эксплицировать их субмодальные характеристики.

Вопросы для экспликации субмодальных характеристик

Визуальные

1. Положение: Где находится картинка? Где этот образ расположен в пространстве? Покажите местоположение образа руками. Картинка слева или справа от центра? Эта картинка наклонна?
2. Расстояние: Как близко (далеко) от вас находится образ? Попробуйте показать рукой расстояние до образа.
3. Цветной — ч/б: Это цветное или черно-белое? Есть ли в картинке цвета?
4. Цвета: Какие цвета в этом образе? Цвета живые, яркие или блеклые?

5. Яркость: Эта картинка скорее яркая или темная? В этом контексте это ярче или темнее, чем обычно?
6. Фокус: Этот образ резкий или он размыт? Картинка в фокусе или размыта?
7. Детальность: Насколько детализирован этот образ? Деталей много или мало? Вы видите только общие контуры или можете различать детали?
8. Фон: Есть ли фон?
9. Форма: Какой формы эта картинка — круглая, квадратная, прямоугольная?
10. Ассоциация — диссоциация: Вы видите себя со стороны или смотрите на все своими глазами? Если диссоциация: Вы видите себя справа, слева или сверху? Вы видите свое лицо или спину?
11. Панорамность: Вы находитесь внутри образа? Картинка вас окружает или вы видите ее со стороны?
12. Граница: Есть ли у этой картинки границы или ее края расплывчаты? Имеет ли граница цвет? Как широка эта граница?
13. Движение: Это кино или слайд (фотография)? Есть ли в этом образе движение или он статичен? Насколько быстро это движение?
14. Пропорции: Размеры людей и вещей в этой картинке имеют нормальное соотношение или что-то больше/меньше?
15. Размерность: Это плоское или объемное?

Кинестетические

1. Качество: Как бы вы описали ощущения тела: дрожание, покалывание, тепло, холод, вибрация, расслабление, напряжение...
2. Интенсивность: Насколько сильно это ощущение?
3. Положение: Где находится это ощущение? Покажите рукой местоположение этого.
4. Движение: Это ощущение двигается или статично? Это движение непрерывно или оно происходит волнами?
5. Направление: Откуда это движение стартует? Каково направление его движения? Как оно приходит из места возникновения в место, где вы лучше всего осознаете его?
6. Скорость: Ощущение перемещается быстро или медленно? Есть ли рывки или это плавное движение?

7. Размер: Это ощущение имеет стабильный размер или расширяется (сжимается)?

Аудиальные

1. Положение: Вы слышите это изнутри или снаружи? Источник звука расположен внутри вас? Откуда этот звук исходит?
2. Высота: Какова высота звука? Звук скорее высокий или низкий?
3. Громкость: Какова громкость этого? Звук громкий или тихий?
4. Монотонность: Это монотонный звук или скорее мелодия?
5. Темп: Это быстро или медленно?
6. Ритм: Есть ли в этом звуке ритм? Если есть, попробуйте его показать движением ладони.
7. Длительность: Это непрерывное или прерывистое?
8. Моно/стерео: Звук объемный? Вы слышите это с одной стороны, с обеих сторон или звук окружает вас?

Субмодальность

Цвет. Меняйте интенсивность цвета от очень ярких цветов до черно-белого.

Расстояние. Меняйте от очень близкого до далекого.

Глубина. Меняйте картину от плоского двумерного фото до полной глубины трех измерений.

Длительность. Варьируйте от быстрых мельканий до устойчивого образа, сохраняющегося в течение некоторого времени.

Четкость. Меняйте изображение от кристально чистой детальной четкости до размытой неразличимости.

Пределы. Варьируйте от ограниченной картины в рамке до панорамного изображения.

Движение. Меняйте изображение от неподвижного фото до кинофильма.

Скорость. Регулируйте скорость фильма от очень медленной до очень быстрой.

Оттенок. Изменяйте баланс цветов. Например, увеличьте интенсивность красных тонов и уменьшите голубых и зеленых.

Прозрачность. Сделайте образ прозрачным так, чтобы вы могли видеть то, что находится под поверхностью.

Пропорции. Сделайте обрамленную картину длинной и узкой... а потом короткой и широкой.

Ориентация. Наклоните верхнюю часть картины от себя, а потом к себе.

Передний / задний план. Варьируйте различие между передним планом (то, что вас больше всего интересует) и задним (обстоятельства, которым просто случилось при сем находиться). Потом попробуйте поменять их местами так, чтобы задний план стал интересным передним.

Как можно использовать субмодальности?

Первое. Управляя субмодальностями, мы можем управлять оценкой, то есть изменять оценку ситуации с неприятной на приятную (или наоборот), убирать или создавать навязчивости (например, переедание и курение — навязчивости), превращать замешательство в понимание, создавать и разрушать убеждения и ещё много-много интересных вещей.

Второе. Наше внимание управляется тоже при помощи субмодальностей. Это его «командный язык». Зная этот язык, можно делать с вниманием, что захочешь.

Третье. Наше восприятие тоже управляется субмодальностями. И меняя способ восприятия текущей ситуации, можно сделать много весьма забавных вещей: контролировать своё состояние, убирать лишнее (например, не слышать мешающий шум), замечать то, что пропускают другие, настроиться только на то, что происходит снаружи, или полностью погрузиться в себя.

И, наконец, четвёртое. Субмодальности — это «командный язык» для управления нашими эмоциями и состояниями. Зная этот язык, можно вызвать у себя нужное состояние, создать новое или считать чужое.



Существуют определенные ключи доступа к психическому миру другого человека.

Один из самых показательных это паттерны движений глаз:

Характерные для правшей направления взгляда



Сконструированные зрительные образы



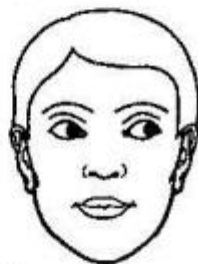
Визуализация (лишенная фокуса)



Вспоминяемые зрительные образы



Сконструированные звуки



Вспоминяемые звуки



Чувства и телесные ощущения



Внутренний диалог

► Упражнение (выполняется в парах)

Используя данную схему, потренируйтесь в определении ключей доступа. Для этого схему нужно расположить на уровне лица партнёра А. Он показывает движение глаз по часовой стрелке. Партнёр В вслух проговаривает, обращению к какому внутреннему опыту это движение соответствует. Затем партнёр А смотрит вразброс по всем направлениям. Задача партнёра В остаётся прежней. Затем партнёры меняются ролями.

Репрезентация ключей доступа

Ключи	Репрезентативная система		
	Визуальная	Аудиальная	Кинестетическая
Напряжение мышц	Напряжение, особенно в шее, плечах животе; голова приподнята	Ровное мышечное напряжение, мало заметные ритмические движения, туловище наклонено вперед, руки скрещены на груди	Расслабление мышц и движений, голова и плечи опущены
Дыхание	Неглубокое	Ровное диафрагмальное или грудное, обычно с долгим выдохом	Глубокое дыхание, низом живота
Цвет кожи	Бледный	Промежуточный	Румянец
Тембр	Высокий тон, напряжение голоса	Четкий резонирующий голос	Низкий, глубокий грудной голос
Жесты	Прикосновение к уголкам глаз и жесты над глазами, скошенный взгляд	Жесты в сторону ушей, прикосновение к губам или подбородку, брови сдвинуты	Прикосновение к груди, животу, жесты ниже уровня шеи
Темп речи	Быстрый, торопливый	Ровный, ритмичный	Медленный с паузами
Дистанция	Максимальная	Промежуточная	Минимальная

Тест для определения сенсорных предпочтений

От вас потребуется определить, насколько легко вы можете представить себе ситуацию того или иного рода. Например, если образ какого-либо предмета в

вашем воображении ясный и хорошо сфокусированный, почти столь же реальный, как сама реальность, вы должны поставить себе наибольшее количество баллов. Здесь используется девятибалльная шкала, так что в данном случае вам следует поставить себе 9 баллов. Если же вы испытываете какие-либо затруднения с получением чёткого образа или его не удаётся зафиксировать, поставьте себе 1 или 2 балла. То же самое относится к представлению звуковых или осязательных ощущений. Если вы будете искренни и последовательны, то в итоге вам удастся выявить характер своих сенсорных представлений.

Визуальные представления

1. У кого из ваших друзей или родственников самые длинные волосы?
2. Лицо вашего школьного учителя.
3. Представьте себе полосы на шкуре тигра.
4. Вспомните цвет входной двери в том доме, где вы живёте, работаете.
5. Представьте себе своего любимого телевизионного ведущего в какой-нибудь высокой шляпе.
6. Представьте себе самую большую книгу из своей домашней библиотеки.

Аудиальные представления

1. Вспомните свою любимую мелодию.
2. Попробуйте услышать в своем воображении отдалённый звон церковных колоколов.
3. У кого из ваших друзей самый тихий голос?
4. Вспомните голос своего детского друга.
5. Представьте себе, как бы звучал ваш голос под водой.
6. Постарайтесь в воображении услышать шум морского прибоя.

Кинестетические представления

1. Попробуйте представить себе, что вы окунаете левую ногу в холодную воду.
2. Представьте себе, что вы держите в руках гладкий бумажный стаканчик.
3. Представьте себе, что вы отталкиваете ногой кошку или собаку.
4. Представьте себе, что вы надели мокрые носки.

5. Представьте себе, что вы прыгаете с высокой стены.

6. Представьте себе, что вы катите по дороге колесо от машины.

А теперь разделите общее количество баллов, набранных вами по каждой модальности, на шесть (по числу вопросов), чтобы получить среднее значение. Отметьте, в каком из трёх случаев вы получили наибольшее количество баллов. Возможно, какая-то одна модальность будет у вас гораздо менее выражена, чем остальные. Если вы хотите дать более точную характеристику своим сенсорным предпочтениям (хотя любая оценка здесь достаточно субъективна), то вы можете придумать какие-либо собственные примеры. Например, вы можете попытаться аналогичным образом измерить характеристики процесса припоминания и воображения для того, чтобы дать более точную оценку своим сенсорным предпочтениям. Данные исследований указывают на существование прямой связи между основной репрезентативной системой человека и определенными физиологическими и психологическими характеристиками.

Визуальная система

Люди, для которых основной является визуальная система, часто стоят или сидят с выпрямленной шеей и / или спиной и взглядом, направленным вверх. Их дыхание чаще всего неглубокое и особенно заметно в верхней части груди. Когда визуал получает доступ к образу, его дыхание может даже останавливаться на мгновение. Когда начинает формироваться картина, дыхание возобновляется. Их губы часто выглядят тонкими и сжатыми. Их голос часто бывает высоким и громким с быстрыми и резкими вспышками экспрессии. Визуалам свойственны организованность и опрятность. Шум может отвлекать их, точно так же как соматическая информация. Например, процессы визуализации часто могут быть нарушены физическими движениями или прикосновениями. Поэтому чтобы снизить такие потенциальные помехи, человек визуального типа часто сохраняет неподвижность, дыхание у него поверхностное, грудное. Вследствие этого голос его будет звучать более «жестко» и отрывисто, иногда пронзительно. Поскольку люди визуального типа стремятся «все как следует рассмотреть», они часто предпочитают общаться на расстоянии 90–120 см. Они учатся и запоминают, представляя картины. При обучении визуалы любят и хотят иметь визуальную поддержку, требуют ее. Так как визуалы организуют свой мир визуальным образом, они дают более легкий выход своим эмоциям. Быстро создавая новые картины, визуалы могут использовать их и сопровождающие их эмоции для замены старых картин и эмоций. Что касается типа телосложения, то очень многие визуалы худощавы и поджары.

Они поддерживают прямую вертикальную осанку. Для визуалов важно, чтобы было красиво, вряд ли их увидишь в грязной, измятой одежде — не из соображений приличия, а по требованию эстетики. Визуалы — хорошие рассказчики, они могут представить себе картину и описать ее. Если визуалу что-то объясняешь, желательно одновременно показывать графики, таблицы, рисунки, картинки, фотографии. В крайнем случае показать руками, какого это размера и где расположено. Они и сами, когда жестикулируют, руками показывают, где расположены картинки, на каком расстоянии и в каком направлении.

Аудиальная система

Когда аудиал «размышляет» (т. е. погружен во внутренний диалог), он мало двигается. Поскольку он сосредоточен на том, что происходит в него «в голове», дыхание его часто бывает поверхностным, неровным, грудным. От этого его голос звучит в нос и монотонно. Часто человек слухового типа, поглощенный языковыми тонкостями и концептуализацией, не слишком склонен к тесному межличностному контакту. При описании переживания он будет концентрироваться прежде всего на его звучании. При этом дыхание аудиалов будет приспосабливаться к выражению тех звуков, которые они слышат внутри себя. Они часто вздыхают. Обработывая информацию в терминах звуков, аудиалы будут с удовольствием отвечать, используя собственные звуки и язык музыки. Они часто обладают «бойкостью речи». Аудиалы любят давать долгие объяснения, много говорят с собой. Они часто обладают высокой чувствительностью к звукам и легко отвлекаются. Аудиально сфокусированные люди учатся посредством слушания. Так как слуховые каналы доставляют информацию последовательно, аудиалы также будут «думать» и запоминать методичным, пошаговым и последовательным образом. Аудиалам нравится, когда другие люди рассказывают им о происходящих событиях. По фигуре и форме тела аудиалы склонны занимать промежуточное положение между худыми визуалами и тучными кинестетиками. При жестикуляции их руки часто указывают на уши. Внешне ориентированный аудиал будет при разговоре наклоняться вперед. Когда он слышит звуки внутри себя, он будет отклоняться назад. Аудиалы будут следить за тем, чтобы их голос был ритмичным и ровным. В разговоре с такими людьми выражайтесь ясно. Поза аудиала — нечто среднее между позами визуала и кинестетика — они сидят прямо, но с легким наклоном вперед. У них есть достаточно характерная «телефонная поза» — голова немного набок, ближе к плечу. А вот если голова набок и немного вперед, то это, если наклон вправо, кинестетика, а если влево, то дигитальный канал.

Кинестетическая система

Люди кинестетического типа наиболее чувствительны к телесным ощущениям, несущим наиболее важную для них информацию. Поэтому для них обычно характерно глубокое брюшное дыхание, а значит видимая расслабленность и спокойный мышечный тонус. Брюшное дыхание будет придавать их речи ритмичность. Люди такого типа, как правило, стремятся «чувствовать контакт» с другими людьми. Это люди, ценящие удобство, комфорт и внимательно относящиеся к собственному телу. Кинестетики обычно сидят с наклоном вперед, часто сутулятся; как правило, говорят медленно и делают долгие паузы, когда получают доступ к хранимой в глубине себя информации. Если они обладают внутренней ориентацией, их тела будут выглядеть и ощущаться полными, округлыми и мягкими. Однако если кинестетики обладают внешней ориентацией, их тела будут выглядеть и ощущаться крепкими и мускулистыми. Кинестетики любят прикосновения. Им трудно избавиться от отрицательных эмоций. Если кинестетики печальны, это может подтолкнуть их к депрессии. Кинестетики — это люди действия. Им необходимо двигаться, бегать, раскручивать, трогать, пробовать и нюхать. Это их способ восприятия мира, они по-другому просто ничего не понимают. Даже если они читают инструкцию, им необходимо тут же попробовать то, что там написано, на практике, иначе они просто не воспримут текст. У кинестетиков часто бывают трудности с планированием — в этой системе нет возможности что-то придумывать. Поэтому они предпочитают «сначала ввязаться в драку, а разбираться уже позже».

Аудиально-дигитальная система

Дигиталы — это весьма своеобразный тип людей. Они более ориентированы на смысл, содержание, важность и функциональность. Человек, который использует преимущественно аудиально-дигитальную репрезентативную систему, по существу действует на метауровне сознания над сенсорными уровнями визуальной, аудиальной и кинестетической репрезентативных систем. Движения и положение глаз у людей с этой основной метарепрезентативной системой будут соответствовать паттерну латерального движения, как и при аудиальной обработке, за исключением того, что при получении доступа к информации и после этого они будут склонны направлять взгляд вниз и влево. Их дыхание ограничено и неровно. Аудиальные дигиталы обычно принимают позу с выпрямленной шеей, расправленными плечами и скрещенными на груди руками. Их голос кажется монотонным, «роботизированным». Они практически не жестикулируют, т. к. это не несет для них никакой информации. Они часто обладают мягким и

полным телосложением. Однако из-за того, что аудиальнодигитальный режим часто обладает свойствами других репрезентативных систем, эти люди могут очень сильно отличаться от приведенного описания.

Практика с упражнениями

Калибрование

Под калибровкой в НЛП понимают отслеживание вербальных и невербальных (часто малейших изменений в мимике, позе, движении глаз) реакций другого человека с целью получения неосознаваемой человеком информации о его состоянии, обеспечивающее конгруэнтное взаимодействие с ним.

«Сознание и тело — единая система».

Согласно этому положению каждое внутреннее состояние уникальным образом преломляется во внешнем поведении. Ему свойственны определенная мимика и жестикация (экстравербальные признаки), тон голоса и темп речи (паравербальные признаки).

Исходя из наблюдений, можно скорректировать свое воздействие: усилить то, что работает, прервать то, что мешает, поискать новое.

Рассмотрим ориентировочную классификацию объектов калибрования, предложенную С. Пахомовым

Калибровка общего настроения. Отличительные признаки плохого состояния — это общая зажатость тела, стремление мышечных групп и конечностей сжаться и занять как можно меньше места. Отличительные признаки хорошего состояния — расправленность, стремление тела вверх. Можно сказать, ощущение полета, стремление к небу. Калибровка тела. Тут вся калибровка подразделяется на множество мелких «подкалибровок», т. е. необходимо обращать внимание на изменение наклона корпуса, напряжение (расслабление) в спине, жесты, положение рук относительно тела. Плечи могут опуститься безвольно, напрячься и подтянуться вверх (голова втягивается в плечи), они могут податься вперед или назад (или одно вперед, другое — назад), могут начать покачиваться из стороны в сторону или вперед-назад, увлекая за собой все тело, могут развернуться или съежиться, вызывая сгорбленность-сутулость. Естественно, что это не только плечи, а все туловище, но наблюдается легче всего это именно в районе плеч. Кстати, мерное покачивание плеч выдает и дыхание. Грудь и живот больше всего говорят о дыхании: здесь нас интересуют его изменения. Человек дышал ровно, но вдруг ритм сбился, задержался, участился. Пошли вздохи. (Что-то напрягло? Задело? Расстроило? Или он хотел рассмеяться?) Мы наблюдаем и изменение положения тела в пространстве. Человек подался впереди или откинулся? Развернулся к нам или отвернул голову, как бы рассматривая интерьер? Начал жестиковать (и как: у лица, у груди, на уровне живота, одной рукой или обеими, от плеча, от локтя, от кисти... или просто дрогнули

пальцы) или прекратил? Резко или плавно? Встал или сел? Или «растекся» на стуле? Подобрался? Поджал ноги? Вытянул? Расставил? Скрестил? При этом важно не само положение тела, а когда (реагируя на какие слова, на какую тему) и как оно изменилось.

► Упражнение (выполняется в парах)

Подстройка по общему настроению – 3 минуты.

Калибровка мимики. Необходимо обращать внимание на множество различных мелких мышц. В верхней трети лица нас интересуют лоб, брови и переносица. Именно эта часть лица наиболее правдиво отражает эмоции. Труднее всего осознанно управлять положением бровей (кроме выражения удивления). Но и напряжения-морщинки на лбу и переносице, особенно сиюминутные, собранные и тут же распушенные, могут прямо говорить об эмоциональном отклике. В средней трети лица мы наблюдаем глаза и нос. Точнее, крылышки носа и его кончик. Крылышки могут раздуваться и опадать. Кончик может подрагивать, подаваться вверх (задрал нос) и опускаться вниз (нос повесил). Труднее с глазами. Тут целых две больших области. Первая — мелкие реакции мышц вокруг глаз и век (которые, собственно и придают глазам то или иное выражение). То, как закладываются и пропадают морщинки у глаз, как человек щурится или широко открывает глаза, с какой частотой моргает и как все это изменяется, — тоже богатая информация о чувствах сидящего (обычно) перед нами человека. Вторая — это направления движения глаз («ключи доступа»). В нижней части лица нам интересен не столько рот (губы), потому что именно этой областью люди владеют обычно неплохо и могут изобразить губы практически какие угодно, сколько соотношение выражения этих губ с другими показателями.

Калибровка дыхания. Дыхание тоже поддается калибровке. Замечая глубину и частоту дыхания, можно получить представление о степени напряжения в организме.

► Упражнение (выполняется в парах).

Подстройка по дыханию – 3 минуты (по 1,5 на человека).

Калибровка речи. Основные калибруемые изменения в речи человека — это громкость речи, скорость тембр и интонирование. Человек заговорил быстрее или замедлил темп речи? Стал говорить сбивчиво? Вообще замолчал? Нас интересует не молчание, а то, в каком месте оно вдруг возникло. А если человек только и делает, что молчит, то о чем он все-таки стал разговаривать? Громче или тише, выше или ниже заговорил клиент? Может быть, усилилась амплитуда и частота смены высоты и громкости речи? Как сильно? Где, на

какой теме обнаружилось богатство интонационного рисунка, усилилась выразительность речи? В каком месте наступила подчеркнутая монотонность и сдержанность?

► Упражнение (выполняется в парах)

Подстройка по речи – 4 минуты (по 2 на человека).

Калибровка модальности. Навык калибровки модальностей в той или иной степени объединяет все навыки калибровки, которые перечислены ранее.

Раппорт. Отражение

Между людьми иногда имеет место общение, когда их мысли и чувства находятся в гармонии. В такой ситуации люди чувствуют себя на своём месте, «как дома». Это некоторое единение, настроенность на одну волну, взаимная симпатия и доверие. Такое состояние называется раппортом.

Раппорт — это способность удерживать внимание других и создавать в них уверенность в том, что у вас есть знания, интерес, опыт и понимание, позволяющие вам помогать им или быть с ними. Это способность узнавать, выражать и проникать внутрь (не применяя оценки) мира другого человека. Это способность завоевывать внимание другого, его уважение к вашей компетентности как коммуникатора, в каком бы контексте вы ни действовали либо профессионально, либо лично. Раппорт обозначает стремление подчеркивать сходства, но не различия. В основе методики установления раппорта лежит проявление искреннего интереса к личности другого человека. Оно имеет внешнее проявление, которое многие могли заметить, наблюдая за влюбленными, за людьми, увлечёнными одной идеей. Люди находятся в состоянии раппорта в той мере, в какой обнаруживают общее и говорят на общем языке — языке слов и тела.

Если два человека принадлежат к одному кругу, имеют общее образование, сходные интересы, отношение к жизни, пристрастия и привычки, им легче понять друг друга. Наоборот, если у собеседников разные «карты реальности», это затрудняет общение. Общий язык тела позволяет наблюдать состояние раппорта со стороны: у партнеров сходное выражение лица, поза, они дышат в едином ритме, разговаривают с одинаковой громкостью и т. д. Именно через наблюдение за этими проявлениями можно судить о степени согласия и гармонии партнеров по общению. Например, присутствуя на любом собрании, можно таким образом заметить сторонников и противников предлагаемой идеи, заинтересованных и равнодушных, лидеров и ведомых.

Пока мы рассматриваем одно направление связи между состоянием раппорта и его проявлением: состояние → внешние проявления. Сходство в языке тела возникает спонтанно и определяется состоянием раппорта.

В НЛП анализируется и активно используется обратная зависимость: внешние проявления (сходство языка тела) → состояние раппорта.

Таким образом, для достижения раппорта нужно отразить, «отзеркалить» внешние особенности поведения.

Отражение — один из общих поведенческих паттернов, который был выявлен в деятельности успешных психотерапевтов. Для того чтобы укрепить или наладить контакт, применяют сознательное отражение. Можно отражать любые аспекты наблюдаемого поведения: положение тела, выражение лица, частоту дыхания, тон голоса, темп и тембр речи, специфические жесты.

Важно отметить, что отражение является средством уподобления собственного поведения поведению партнера по общению с целью «синхронизироваться» с ним. Подстраиваясь под другого человека, начинаешь думать, чувствовать себя так, как он.

Существуют два вида невербального отражения: прямое (например, можно дышать с той же скоростью и глубиной, что и партнер) и перекрестное, которое может происходить с сохранением модальности (например, если трудно присоединиться к дыханию, можно постукивать рукой в том же ритме дыхания) или же с изменением модальности (например, дыхание — речь, т. е. темп речи соответствует темпу дыхания).

Можно установить раппорт, добиваясь подстройки по нескольким параметрам:

1. Физиология: поза и телодвижения.
2. Голос: тон, темп речи и прочие характеристики.
3. Язык и образ мышления: используемый словарь и соответствующая «система представления» (зрение, слух, ощущения).
4. Убеждения и ценности: то, во что люди верят и что считают важным.
5. Личный опыт: поиск общей основы в профессиональной деятельности и интересах.
6. Дыхание: утонченное, но очень мощное средство подстройки.

Подстройка к позе, когда один из партнеров по общению полностью воспроизводит, «отражает», позу другого. Чтобы подстроиться к собеседнику, можно

- сидеть или стоять в той же позе, изменить осанку или склонить голову набок;
- скрестить либо, напротив, освободить руки или ноги;
- повторять его жесты движениями рук, головы и тела.

Не обязательно мгновенно начать повторять язык тела собеседника во всех подробностях. Можно начать с одной черты — скажем, общей позы или осанки, — затем постепенно подстройтесь к наклону головы, скрестите ноги, воспроизведите движения рук, размах жестов, уровень громкости и высоту голоса и так далее. Подстройка представляет собой непрерывный процесс, а не однократное действие. Это означает, что, накапливая опыт и развивая свои навыки, можно проводить эксперименты с частичной подстройкой на любом уровне. Если собеседник принял совершенно неподражаемую или слишком своеобразную позу, для подстройки достаточно лишь частично изменить положение тела, не доводя данное его движение до конца.

Подстройка к движениям. Подстройка к движениям более сложна, чем к позе, дыханию, которые представляют собой нечто относительно постоянное, что можно рассмотреть и к чему можно присоединиться постепенно. Движения же происходят очень быстро, поэтому при зеркальном отражении возникает опасность обратить на себя внимание. Для того чтобы избежать этого, можно использовать частичную подстройку. При этом можно не копировать жесты партнера по общению, а начинать их, не заканчивая. Важно отразить направление движения.

Подстройка к дыханию, когда один из партнеров по общению напрямую копирует дыхание другого, т. е. дышит с той же частотой и глубиной. При этом при большой разнице дыхания возможны два варианта присоединения: изменить модальность (речь, постукивание и т. п.); отслеживание дыхания «через раз», если дыхание партнера частое, если же редкое, то следует отражать своим вдохом начало его вдоха, сделать выдох, второй вдох и своим вторым выдохом попасть на его выдох.

Подстройка к голосу. Иногда (например, при телефонном разговоре, когда человек не видит собеседника) физиологическая настройка окажется невозможной или неуместной. Однако высота и тон голоса тоже составляют немаловажный параметр общения. Сам по себе голос нередко оказывает большее влияние, чем произносимые слова. В любом случае, чем больше

параметров учитывается при подстройке, тем эффективнее установленный раппорт. К индивидуальным особенностям, которые вы можете выявить в голосе собеседника, относятся:

- Громкость (как он говорит — громко или тихо?)
- Темп (быстро или медленно?)
- Ритм (удаётся ли вам уловить в его словах единую мелодию? Возможно, он произносит их отрывисто, в ритме стаккато?)
- Высота (какой у него голос, высокий или низкий?)
- Тембр (какие в его голосе имеются особенности? Голос звонкий или хриплый?)
- Интонация (какие чувства собеседник подчеркивает голосом?)
- Произношение (использует ли собеседник какие-либо характерные слова или выражения?).

Не следует подражать диалектному произношению и особенностям дикции — собеседник может подумать, что его передразнивают!

Подстройка к убеждениям и ценностям. Объектом подстройки могут стать, помимо прочего, убеждения и ценности. Такая подстройка может оказаться полезной в тех случаях, когда другие попытки установить раппорт не приносят успеха. Люди очень высоко ценят свои глубоко укоренившиеся убеждения, и подстройка к ним временами может нечаянно задеть «чувствительную струнку» в душе собеседника. Если для другого значимыми ценностями являются время, любовь, бережливость и т. д, то можно выразить солидарность с ними. Например, если человек говорит «Не понимаю, как N может выбрасывать деньги на ветер», можно выразить согласие с ценностью бережливости. Чем выше уровень абстрактности убеждений и ценностей (например, «каждый имеет право на...»), тем быстрее можно нащупать общую почву и установите раппорт.

Подстройка к личному опыту. Можно заметить, как быстро находят общий язык люди одной профессии или те, кто оказался в одной и той же, особенно затруднительной, ситуации. То же самое происходит, когда встречаются земляки либо люди, которые ходили в одну школу или учились в одном университете. Их личные переживания пересекаются, и в этих участках пересечения становятся общей опорой, элементом «сходства».

Раппорт дает возможность не только понять, но и вести другого человека к изменениям. Наблюдая за состоянием раппорта при взаимодействии людей,

обратите внимание на то, что если кто-то из общающихся меняет позу, то другой через некоторое время также это сделает. Это можно учесть в ситуации спора, когда один из собеседников говорит быстро, на повышенных тонах. Если второй начнёт говорить тихо и медленно, то контакт может быть окончательно разрушен. Если же он хотя бы частично присоединится (например, ускорит темп речи), то через некоторое время можно попытаться повести партнера за собой, снизить темп речи, смягчить жестикуляцию. Если присоединение прошло успешно, то собеседник начинает успокаиваться.

Формируем и защищаем личные границы

Все прекрасно знают, что нельзя впускать в собственный дом посторонних. Но когда заходит речь о личных границах, многие почему-то начинают стесняться и теряться. Такой подход неверен, ведь другие люди чувствуют, когда человек слишком открыт и легко могут использовать это в своих целях.

Как правило, личные границы формируются в детстве. Если ребенка не научили отстаивать свои и уважать чужие, это приводит к тому, что во взрослом возрасте, он либо будет страдать, от того, что все окружающие постоянно нарушают некую дистанцию в общении, либо же сам станет "агрессором", не понимая, что в каких-то ситуациях доставляет кому-то дискомфорт своим напором.

Как понять, что ваши личные границы нарушают

К сожалению, большинство людей настолько часто сталкиваются с нарушением личных границ, что уже воспринимают это как данность. Чтобы понять, действительно ли у вас есть проблемы с окружающими, задайте себе следующие вопросы:

- Принимая какое-либо решение, вы руководствуетесь своими желаниями, или стараетесь кому-то угодить?
- Часто ли вы говорите "да", когда на самом деле хотите сказать "нет"?

- Есть ли в вашем окружении люди, которые постоянно делятся с вами своими проблемами, но совершенно не интересуются вашими?
- Часто ли вы оправдываетесь, даже если не сделали ничего плохого?
- Вам легче согласиться с мнением большинства, чем открыто выразить своё?

Если вы ответили утвердительно хотя бы на один из этих пунктов, значит, ваши личные границы нарушены.

Как защититься

Осознайте свои границы

Прежде всего, необходимо для себя сформировать это понятие. Берите ручку, бумагу и описывайте свой идеальный мир. Например, хочу по дороге на работу ни с кем не общаться, для связи использовать только мессенджеры и т.п. Все зависит от вашего характера и темперамента. Вам должно быть комфортно.

Воплощение идеала

Превращайте свой придуманный мир в реальность. Расскажите всем, с кем имеете дело по работе, каким образом вы хотите получать указания. Другим сообщите, в какое время хотите побыть наедине с собой, а какое выделили под общение. Конечно, сначала будет трудно, где-то неловко, но это того стоит. Лучше немного потерпеть неудобства, чем всю жизнь страдать от того, что люди лезут туда, куда их не просят.

Отказывайтесь

Всем нравится невозможно, поэтому перестаньте бояться отказов. Если вам не хочется идти туда, куда вас зовут, нет времени на дополнительную работу,

о которой просят, нет заинтересованности в выполнении чьей-то просьбы, отказывайте. Вы не оскорбляете человека, "нет" – это просто "нет". Конечно, от вас могут потребовать объяснений, почему. Здесь тоже не забывайте, что только вы решаете, а надо ли вообще объясняться. Единственное, что если все же решили раскрыть причину, будьте честными.

Не вините себя

Помните, что вы для себя самый главный человек. Поэтому хорошенько думайте, прежде чем в очередной раз решите ради кого-то терпеть неудобства. Вы не виноваты, что человеку надо, чтобы вы решили его проблемы. И не виноваты, что не можете или не хотите этого делать.

Не переборщите

Встав на защиту собственных границ, очень легко перестараться, и вместо долгожданной свободы и легкости получить изоляцию от общества. Не забывайте, что личные границы – это не огромный нерушимый забор. Это очень гибкое понятие. И определенным людям в вашей жизни вполне можно позволить что-то большее, чем другим.

Наиболее уязвимые сферы

Как правило, окружающие посягают на несколько вполне определенных сфер. В более тщательной защите нуждаются:

Личные вещи. Никогда не делитесь, не давайте потрогать/ посмотреть что-то, что имеет для вас ценность, если не хотите этого делать.

Личное время. Если кто-то посягает на время, которое вы отвели для себя, пресекайте это. Ваше время только ваше, и неважно, кто там и что решил. Все отступления от задуманного сценария делаются только по доброй воле.

Личное пространство. Это может быть как что-то большое, например, вся квартира, так и маленькое – ваша комната, ваш угол, ящик стола. В общем, какая-то площадь, которая принадлежит только вам, и только вы решаете, допускать ли туда кого-то и если да, то когда это делать.

Ценности и взгляды. Это ваше. Никто не может вам навязать свои, пока вы сами этого не захотите. Даже если вы единственный, кто думает не так, как другие, не нужно думать, что с вами что-то не так, и подстраиваться под окружающих.

ЗАВЕРШАЮЩЕЕ УПРАЖНЕНИЕ:
Самопрезентация.