**Методы аргументации и убеждения собеседника**

Илья Исакович Аминов, кандидат психологических наук, психолог-консультант.

Убеждающее воздействие на партнеров по деловому общению достигается с помощью аргументации. Аргументация — это логико-коммуникативный процесс, направленный на обоснование позиции одного человека с целью последующего ее понимания и принятия другим человеком.

Аргументирование — наиболее трудная фаза деловой беседы. Оно требует профессиональных знаний и общей эрудиции, концентрации внимания, выдержки, решительности и корректности. При этом мы во многом зависим от собеседника. Ведь именно ему в конце концов решать, принимает он наши аргументы или нет.

В структуру аргументации входят тезис, аргументы и демонстрация.

Тезис — это формулировка вашей позиции (вашего мнения, вашего предложения другой стороне и т. д.).

Аргументы — это доводы, положения, доказательства, которые вы приводите, чтобы обосновать свою точку зрения. Аргументы отвечают на вопрос, почему мы должны верить во что-то или делать что-то.

Демонстрация — это связь тезиса и аргумента (т. е. процесс доказывания, убеждения).

С помощью аргументов можно полностью или частично изменить позицию и мнение своего собеседника. Для достижения успеха в деловой беседе необходимо придерживаться некоторых важнейших правил:

следует оперировать простыми, ясными, точными и убедительными терминами;

говорите правду; если вы не уверены, что информация правдива, не используйте ее, пока не проверите;

темп и способы аргументирования следует выбирать с учетом особенностей характера и привычек собеседника;

аргументация должна быть корректной по отношению к собеседнику. Воздерживайтесь от личных нападок на тех, кто не согласен с вами;

следует избегать неделовых выражений и формулировок, затрудняющих восприятие сказанного, однако речь должна быть образной, а доводы — наглядными; если вы приводите негативную информацию, обязательно называйте источник, из которого вы берете свои сведения и аргументы.

Если вы хорошо знакомы со своим предметом, то у вас, скорее всего, уже есть в распоряжении какие-то аргументы. Однако в большинстве случаев, если вы собираетесь убедить своих партнеров вам будет полезно заблаговременно запастись убедительными доводами. Для этого можно, например, составить их список, взвесить и выбрать самые сильные.

Но как правильно оценить, какие из аргументов сильные, а какие надо отбросить? Существует несколько критериев оценки аргументов:

1. Хорошие аргументы должны основываться на фактах. Поэтому из списка своих доводов сразу можно исключить те, которые вы не можете подкрепить фактическими данными.

2. Ваши аргументы должны иметь самое прямое отношение к делу. Если это не так, отбросьте их.

3. Ваши аргументы должны быть актуальны для оппонентов, поэтому необходимо заранее выяснить, насколько они могут быть интересны и своевременны для них.

В современной научной и учебной литературе освещается ряд риторических методов аргументирования. Рассмотрим наиболее значимые для ситуаций делового межличностного общения.

1. Фундаментальный метод. Суть его — в прямом обращении к собеседнику, которого вы знакомите с фактами, являющимися основой ваших доказательств.

Существенную роль здесь играют цифровые примеры и статистические данные. Они — прекрасный фон для подтверждения ваших тезисов. Ведь, в отличие от сведений, изложенных словами — часто спорных! — цифры выглядят более убедительно: этот источник, как правило, более объективен и поэтому привлекателен.

Используя статистические данные, необходимо знать меру: нагромождение цифр утомляет слушателей, и аргументы не производят на них необходимого впечатления. Заметим также, что небрежно обработанные статистические материалы могут ввести слушателей в заблуждение, а порою даже обмануть.

Например, ректор института приводит статистические данные о студентах первого курса. Из них следует, что в течение года 50% студенток вышли замуж. Такая цифра впечатляет, но затем выясняется, что на курсе было лишь две студентки, и одна из них вышла замуж.

Для того чтобы статистические данные были иллюстративными, они должны охватывать большое количество людей, событий, явлений и т. п.

2. Метод противоречия. По своей сущности он является оборонительным. Основан на выявлении противоречий в рассуждениях, а также аргументации собеседника и заострении внимания на них.

Пример. И.С. Тургенев описал спор между Рудиным и Пигасовым о том, существуют или не существуют убеждения:

«— Прекрасно! — промолвил Рудин. — Стало быть, по-вашему, убеждений нет?

— Нет и не существует.

— Это ваше убеждение?

— Да.

— Как же вы говорите, что их нет. Вот вам уже одно, на первый случай. — Все в комнате улыбнулись и переглянулись».

3. Метод сравнения. Очень эффективен и имеет исключительное значение (особенно когда сравнения подобраны удачно).

Придает речи инициатора общения исключительную яркость и большую силу внушения. В известной мере фактически представляет собой особую форму метода «извлечение выводов». Это еще один способ сделать утверждение более «зримым» и весомым. Тем более если вы научились использовать аналогии, сравнения с предметами и явлениями, хорошо известными слушателям.

Пример: «Жизнь в Африке можно сравнить лишь с пребыванием в печи, где к тому же забыли выключить свет».

4. Метод «да,.. но...». Его лучше всего использовать, когда собеседник относится к теме разговора с некоторым предубеждением. Поскольку любой процесс, явление или предмет имеют в своем проявлении как положительные, так и отрицательные моменты, метод «да,.. но...» позволяет рассмотреть и другие варианты решения вопроса.

Пример: «Я тоже представляю себе все то, что вы перечислили как преимущества. Но вы забыли упомянуть и о ряде недостатков...». И начинаете последовательно дополнять предложенную собеседником одностороннюю картину с новой точки зрения.

5. Метод «кусков». Применяется часто — особенно сейчас, когда в нашу жизнь вместо монологов активно внедряются диалог, беседа, дискуссия. Суть метода — в расчленении монолога вашего собеседника на ясно различимые части: «это точно», «это сомнительно», «здесь существуют самые различные точки зрения», «это явно ошибочно».

Фактически метод базируется на известном тезисе: поскольку в любом положении, а тем более выводе, всегда можно найти что-то недостоверное, ошибочное или же преувеличенное, то уверенное «наступление» дает возможность в известной степени «разгрузить» ситуации, в том числе и самые сложные.

Пример: «То, что вы сообщили о модели работы современного складского хозяйства, теоретически совершенно верно, но в практике встречаются подчас весьма значительные отступления от предложенной модели: длительные задержки со стороны поставщиков, трудности в получении сырья, медлительность администрации...».

6. Метод «бумеранга». Дает возможность использовать «оружие» собеседника против него самого. Не имеет силы доказательства, но оказывает исключительное воздействие на аудиторию, особенно если его применить с изрядной долей остроумия.

Пример: В.В. Маяковский выступает перед жителями одного из районов Москвы по вопросу решения интернациональных проблем в Стране Советов. Вдруг кто-то из зала спрашивает: «Маяковский, Вы какой национальности? Вы родились в Багдати, значит, Вы грузин, да?». Маяковский видит, что перед ним пожилой рабочий, искренне желающий разобраться в проблеме и столь же искренне задающий вопрос. Поэтому отвечает по-доброму: «Да, среди грузин — я грузин, среди русских — я русский, среди американцев — я был бы американцем, среди немцев — я немец».

В это время два молодых человека, сидящих в первом ряду, ехидно кричат: «А среди дураков?». Маяковский спокойно отвечает: «А среди дураков я в первый раз!».

7. Метод игнорирования. Как правило, наиболее часто используется в беседах, диспутах, спорах. Его суть: факт, изложенный собеседником, не может быть опровергнут вами, но зато его ценность и значение можно с успехом игнорировать. Вам кажется, что собеседник придает значение чему-то, что, по вашему мнению, не столь важно. Вы констатируете это и анализируете.

8. Метод выведения. Основывается на постепенном субъективном изменении существа дела.

Пример: «Богатство не имеет границ, когда в больших размерах идет за границу»; «Мелкая сошка лучше всех знает, кому достанется прибыль. Но кто будет слушать мелкую сошку?».

9. Метод видимой поддержки. Он требует особо тщательной подготовки. Пользоваться им наиболее целесообразно тогда, когда вы выступаете в качестве оппонента (например, в дискуссии). В чем он заключается? Скажем, собеседник изложил свои аргументы, факты, доказательства по проблеме дискуссии, а теперь слово предоставляется вам. Но в начале своей речи вы ему вообще не противоречите и не возражаете. Более того — к удивлению присутствующих, приходите на помощь, приводя новые положения в его пользу. Но все это только для видимости! А затем следует контрудар. Примерная схема: «Однако... вы забыли в подтверждение вашего тезиса привести еще и такие факты... (перечисляете их), и это далеко не все, так как...». Теперь наступает черед ваших контраргументов, фактов и доказательств.