



Мнение специалиста

Искусство убеждения

«Убеждение – это искусство», Жак Паже



▲ **Пляка Л. В.**

доцент кафедры педагогики и психологии ИПКСФ НФАУ, канд. психол. наук, практический психолог высшей категории

Умение убеждать — одно из самых ценных качеств человека. Это умение даёт возможность строить гармоничные отношения с окружающими, повышает наши шансы на успех как в личной жизни, так и в профессиональной деятельности.

Убеждения (англ. persuasion) — осознанная потребность личности, побуждающая ее действовать в соответствии со своими ценностными ориентациями. Этот термин употребляется в двух смыслах:

как система взглядов и ценностей, осознаваемая индивидом и предающая его деятельности определенную направленность;

как воздействие на индивида или массовое сознание с целью изменить их поведение, взгляды, ценности.

В отличие от внушения, убеждение основано на осмысленном принятии человеком каких-либо

сведений или идей, на их анализе и оценке. Убеждение всегда сопровождается потребностью и желанием человека реализовать в жизнь принятые идеи.

Человек, умеющий убеждать других, обладает великим даром. Аристотель (философ, живший более 2300 лет назад) называл убеждение «искусством побуждать людей делать то, чего они обычно никогда бы не сделали, не попроси вы их об этом». Философ отмечал, что люди, которые умеют убеждать, как правило, обладают такими качествами:

- *ethos* (этос) — характер оратора, раскрывающийся в процессе общения. Излагаемые им идеи должны быть правдоподобными, внушать доверие;
- *patos* (эмоции), которые испытывает аудитория. Аристотель отмечал, что убедить слушателей может только та речь, которая вызовет у них эмоции;
- *logos* (логика) — конкретные слова, произносимые оратором. В понимании Аристотеля, для того чтобы навязать аудитории свою точку зрения, нужно уделять большое внимание выбору слов, цитат и фактов.

Психологи утверждают, что на восприятие информации влияет четыре фактора:

- КТО передает сообщение (коммуникатор);
- ЧТО передается (сообщение, текст);
- КАК осуществляется передача (канал);
- КОМУ направлено сообщение (аудитория).

Убеждая, необходимо следовать определенным правилам:

1. **Эффект первичности.** Больше всего убеждает человека та информация, которую он получает первой.
2. **Эффект влияния.** Будьте привлекательны, искренни и честны во время беседы. Цицерон указывал, что оратор должен производить приятное впечатление на слушателей (уважительное отношение, умение слушать, грамотная речь, приятные манеры, внешний вид).
3. **Вера в то, что Вы говорите.** Для того чтобы убедить других в чем-либо, необходимо самому искренне верить в то, о чем говоришь. Во время беседы стоит избегать употребление таких слов, как «наверное», «может быть», «ну» и др. Подбирайте слова-утверждения «непременно», «всем очевидно» и т.д.
4. **Индивидуальные особенности собеседника.** Учитывая индивидуальные особенности собеседника (пол, возраст, образование, место работы, национальность), подбирайте наиболее понятные аргументы для убеждения собеседника.
5. **Умение слушать и слышать.** Внимательно слушайте собеседника. Есть простые способы проверить степень взаимопонимания: «Правильно ли я Вас понял...» (и повторить, как поняли), или «Другими словами, Вы считаете...», «Сказанное Вами может означать...» и т.п. Не стесняйтесь переспросить: «Что именно Вы имеете в виду?», «Уточните, пожалуйста...».



Как склонить людей к своей точке зрения



**Дейл Карнеги:
«Единственный способ
выиграть спор — не спорить»**

- 6. Общность интересов.** Желая переубедить собеседника, начинайте с того, в чем Вы согласны, а не с разделяющих вас моментов.
- 7. Логика и эмоции.** В зависимости от слушающего, более убеждает человека либо логика и доказательность (если человек образованный и обладает аналитическим умом), либо влияние, обращенное к положительным эмоциям. Оставайтесь спокойными и уверенными в себе, продолжая отстаивать свою точку зрения.
- 8. Доводы (аргументы).** Не количество аргументов решает исход дела, а их убедительность. Убеждать надо доказательно, опираясь на факты, известные собеседнику. В качестве доказательств Вашей правоты подойдут имена, даты, цифры, информационные ресурсы, фотографии, видео. Слабыми аргументами лучше не пользоваться. Установлено, что доводы (аргументы), приводимые другим человеком, убеждают нас сильнее, чем аналогичные доводы, приводимые самому себе.
- 9. Позитивный характер убеждения.** Убеждения должны быть позитивными. С положительным убеждением быстрее соглашается собеседник.
- 10. Эффект согласия.** Нужно добиться, чтобы собеседник чаще соглашался с доводами: чем больше «да» удастся получить во время беседы, тем больше у Вас шансов на успех.
- 11. Мимика и жесты.** Следите за мимикой, жестами и позами — своими и собеседника. Помните, что слова, подкрепленные жестами и эмоциями, более убедительны.
- 12. Уважение к собеседнику.** В течение всего разговора старайтесь сохранять уважение к партнеру, его интересам и мнению, даже если они расходятся с Вашими.

Убеждение человека можно считать успешными, если человек самостоятельно обосновывает принятое решение, оценивая его положительные и отрицательные стороны. Ваше предложение должно стать желанием собеседника.

Общайтесь, убеждайте собеседника, применяйте приемы убеждения и успех не заставит себя долго ждать!



Диагностика коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2)

Инструкция к тесту

Методика по определению коммуникативных и организаторских склонностей содержит 40 вопросов. На каждый вопрос следует ответить «да» или «нет». Если вы затрудняетесь в выборе ответа, необходимо все-таки склониться к соответствующей альтернативе (+) или (-). Время на выполнение методики 10–15 минут.

Тестовый материал

1. Есть ли у вас стремление к изучению людей и установлению знакомств с различными людьми?
2. Нравится ли вам заниматься общественной работой?
3. Долго ли вас беспокоит чувство обиды, причиненной вам кем-либо из ваших товарищей?
4. Всегда ли вам трудно ориентироваться в создавшейся критической ситуации?
5. Много ли у вас друзей, с которыми вы постоянно общаетесь?
6. Часто ли вам удается склонить большинство своих товарищей к принятию ими вашего мнения?
7. Верно ли, что вам приятнее и проще проводить время за книгами или за каким-нибудь другим занятием, чем с людьми?
8. Если возникли некоторые помехи в осуществлении ваших намерений, легко ли вам отказаться от своих намерений?
9. Легко ли вы устанавливаете контакты с людьми, которые старше вас по возрасту?
10. Любите ли вы придумывать или организовывать со своими товарищами различные игры и развлечения?
11. Трудно ли вам включаться в новые для вас компании (коллективы)?
12. Часто ли вы откладываете на другие дни дела, которые нужно было выполнить сегодня?
13. Легко ли вам удается устанавливать контакты и общаться с незнакомыми людьми?
14. Стремитесь ли вы добиться того, чтобы ваши товарищи действовали в соответствии с вашим мнением?
15. Трудно ли вы осваиваетесь в новом коллективе?
16. Верно ли, что у вас не бывает конфликтов с товарищами из-за невыполнения ими своих обещаний, обязательств, обязанностей?
17. Стремитесь ли вы при удобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?
18. Часто ли при решении важных дел вы принимаете инициативу на себя?
19. Раздражают ли вас окружающие люди и хочется ли вам побыть одному?
20. Правда ли, что вы плохо ориентируетесь в незнакомой для вас обстановке?
21. Нравится ли вам постоянно находиться среди людей?
22. Возникает ли у вас раздражение, если вам не удастся закончить начатое дело?
23. Испытываете ли вы затруднение, если приходится проявить инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?
24. Правда ли, что вы утомляетесь от частого общения с товарищами?
25. Любите ли вы участвовать в коллективных играх?





26. Часто ли вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы ваших товарищей?
27. Правда ли, что вы чувствуете себя неуверенно среди незнакомых людей?
28. Верно ли, что вы редко стремитесь доказать свою правоту?
29. Полагаете ли вы, что вам не представляет особого труда внести оживление в малознакомую группу?
30. Принимаете ли вы участие в общественной работе в школе (на производстве)?
31. Стремитесь ли вы ограничить круг своих знакомых?
32. Верно ли, что вы не стремитесь отстаивать свое мнение или решение, если оно не сразу было принято товарищами?
33. Чувствуете ли вы себя непринужденно, попав в незнакомый коллектив?
34. Охотно ли вы приступаете к организации различных мероприятий для своих товарищей?
35. Правда ли, что вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?
36. Часто ли вы опаздываете на деловые встречи, свидания?
37. Верно ли, что у вас много друзей?
38. Часто ли вы оказываетесь в центре внимания своих товарищей?
39. Часто ли вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми людьми?
40. Правда ли, что вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы своих товарищей?

Ключ к тесту

Ответы

Коммуникативные склонности	(+) да 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37
	(-) нет 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39
Организаторские склонности	(+) да 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38
	(-) нет 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40

Обработка результатов теста

Определяются уровни коммуникативных и организаторских склонностей в зависимости от набранных баллов по этим параметрам. Максимальное количество баллов отдельно по каждому параметру — 20. Подсчитываются баллы отдельно по коммуникативным и отдельно по организаторским склонностям с помощью ключа для обработки данных «КОС-2».

За каждый ответ «да» или «нет» для высказываний, совпадающих с отмеченными в ключе отдельно по соответствующим склонностям, приписывается один балл. Экспериментально установлено пять уровней коммуникативных и организаторских склонностей. Примерное распределение баллов по этим уровням показано ниже.

Уровни коммуникативных и организаторских склонностей

Сумма баллов	1–4	5–8	9–12	13–16	17–20
Уровень	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий	Высший

Испытуемые, получившие оценку 1–4 балла, характеризуются низким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей.

Набравшие 5–8 баллов имеют коммуникативные и организаторские склонности на уровне ниже среднего. Они не стремятся к общению, предпочитают проводить время наедине с собой. В новой компании или коллективе чувствуют себя скованно. Испытывают трудности в установлении контактов с людьми. Не отстаивают своего мнения, тяжело переживают обиды. Редко проявляют инициативу, избегают принятия самостоятельных решений.

Для испытуемых, набравших 9–12 баллов, характерен средний уровень проявления коммуникативных и организаторских склонностей. Они стремятся к контактам с людьми, отстаивают свое, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью. Требуется дальнейшая воспитательная работа по формированию и развитию этих качеств личности.

Оценка 13–16 баллов свидетельствует о высоком уровне проявления коммуникативных и организаторских склонностей испытуемых. Они не теряются в новой обстановке, быстро находят друзей, стремятся расширить круг своих знакомых, помогают близким и друзьям, проявляют инициативу в общении, способны принимать решения в трудных, нестандартных ситуациях.

Высший уровень коммуникативных и организаторских склонностей (17–20 баллов) у испытуемых свидетельствует о сформированной потребности в коммуникативной и организаторской деятельности. Они быстро ориентируются в трудных ситуациях. Непринужденно ведут себя в новом коллективе. Инициативны. Принимают самостоятельные решения. Отстаивают свое мнение и добиваются принятия своих решений. Любят организовывать игры, различные мероприятия. Настойчивы и одержимы в деятельности.

Источники

Диагностика коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2) / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. — М., 2002. С.263–265.