

Тема 2. Организация делового общения

План лекции:

1. Приемы влияния на партнеров по общению
2. Манипуляции в общении
3. Виды и способы аргументации в деловом общении
4. Техника и тактика аргументирования

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Деловое общение требует от человека постоянного изучения и учета эмоциональной стороны деловых отношений и немалая роль в этом отводится человеческим чувствам.
- Игнорирование чувств партнера по общению способно вызвать многочисленные конфликты, так как наши чувства — это часть нас самих, они влияют на наши решения, нашу работу, нашу жизнь.
- *Чувства и эмоции — неразрывные составляющие человека.*
- Все попытки отделить чувства, подавить их или даже запретить — бесперспективны и даже вредны.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Чувства, подавленные и скрытые, не исчезают, они воздействуют изнутри и часто проявляются в еще более острых формах.
- Любое чувство формируется под влиянием эмоции.
- Эмоциональное в человеке многократно перевешивает рациональное, и первое впечатление о собеседнике мы формируем под влиянием наших эмоций.
- Учитывая это, можно научиться воздействовать на собеседника.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Существует категория людей, которые умеют располагать к себе других индивидов, практически сразу завоевывать их доверие, вызывать к себе чувство симпатии, т. е. **формировать аттракцию** (привлечение, притяжение).
- Можно выделить **три группы качеств**, определяющих уровень личного обаяния:
 - 1. Природные качества:**
 - коммуникабельность (способность легко сходиться с людьми),
 - эмпатия (способность к сопереживанию), рефлексия (способность влиять на другого человека),
 - красноречие (способность воздействовать словом)

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Эти качества составляют основу природных дарований, характеризуемых общим понятием «умение нравиться людям».
2. Характеристики личности, являющиеся *следствием образования и воспитания*:
- нравственные ценности,
 - духовное здоровье,
 - владение техникой общения,
 - деловая речь, упреждение
 - преодоление конфликтных ситуаций.
3. Характеристики личности, *связанные с жизненным профессиональным опытом человека*.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Анализ поступков таких людей показывает, что в процессе общения они используют психологические приемы формирования аттракции, приемы, которые скрыты от собеседника.
- С помощью таких приемов нельзя никого ни в чем убедить и ничего никому доказать, а можно лишь расположить к себе собеседников.
- Такие приемы существуют и в деловом общении.
- Они стимулируют деловое общение и создают доверительные отношения между собеседниками

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- *Эти приемы призваны снять «барьеры в общении», т. е. сформировать у собеседников благоприятное впечатление о партнере, обеспечить полное взаимопонимание, способствовать конструктивному обсуждению проблемы.*
- Прием «имя собственное» основан на произнесении вслух имени (или имени-отчества) человека, с которым вы разговариваете.
- Это не только вежливость. Звук собственного имени вызывает у человека не всегда осознаваемое им чувство приятного.
- Д. Карнеги писал, что звучание собственного имени для человека — самая приятная мелодия.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **Прием «зеркало отношения».** Доброе и приятное выражение лица, легкая улыбка невольно притягивают окружающих людей.

Для усиления личного обаяния также рекомендуется использовать следующие общие **рекомендации**:

- вести себя естественно;
- быть хорошим, терпеливым и внимательным слушателем;
- демонстрировать интерес к собеседнику (ничего так не льстит, как внимание);
- относиться к партнеру с уважением;
- постараться сформировать установку искреннего реагирования на речь собеседника;
- стараться не доминировать во время общения; дать собеседнику время высказаться;

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- стараться понять и поддержать людей, поставить себя на место другого человека;
- стремиться избегать поспешных выводов;
- не стараться демонстрировать свой ум и образованность;
- поддерживать людей в их лучших намерениях, избегать слов «Вы ошибаетесь», «Ваша идея бесперспективна» и т. п.;
- подчеркивать общность с собеседником;
- не держать злобу на других;
- чаще произносить вслух имя (или имя-отчество) партнера (подобное обращение показывает внимание к данной личности);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- выражать искреннее одобрение, замечать, все хорошее (от одежды и прически до интересных идей) и говорить только о том, что действительно видите и чувствуете;
- не жаловаться, но и не говорить, что все очень хорошо (для некоторых людей успехи окружающих еще более неприятны, чем постоянные жалобы);
- не соглашаться с чужой самокритикой (лучше сказать «В такой ситуации было трудно что-либо сделать», «Вы и так сделали все возможное» и т.п.);
- уметь признать свои ошибки (это очень верный и выигрышный способ завоевать уважение);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **«условное принятие доводов оппонентов»** (использование фраз типа «Допустим, вы правы», «Предположим, что это так», оставляющих вам «пространство для маневра»);
- **«оттягивание возражений»** (позволяет не только уйти от противоборства в общении, но и побольше узнать об уязвимых местах системы доводов оппонента, чтобы при необходимости сделать их объектом для критики);
- **«обращение за советом»** (это льстит оппоненту и создает у него приятное ощущение, что он оказывает партнеру любезность, а тот, соответственно, должен отплатить ему встречной любезностью);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- избегать «поз обороны» (например, сложенные на груди руки, скрещенные ноги и пр.) и привлекать внимание позитивными жестами.
- Деловое общение требует от человека высокой психологической культуры, а также постоянного изучения и учета эмоциональной стороны отношений.
- Необходимо постоянно помнить, что самый привлекательный облик человека в общении - приветливый, доброжелательный.
- В общении каждый из партнеров нуждается в положительных эмоциях, поэтому тот, кто находится в позитивном, жизнерадостном и оптимистичном состоянии, становится действительно желательным собеседником.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение, и наоборот, труднее принимают (нередко отвергают) позицию того, к кому испытывают эмоционально-негативное отношение.

Приемы, стимулирующие общение и помогающие продолжать его при несовпадении позиции партнеров :

- «открытость для убедительных аргументов» (в деловом общении в более выигрышном положении будет тот, кто умело на практике реализует принцип «важно не быть честным и открытым, а казаться им»);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **«вовлечение оппонента в совместную выработку решения»** (для многих людей процесс поиска решения не менее важен, чем сам конечный результат, только при условии участия результат воспринимается как собственное творение);
- **«отступить, чтобы победить»** (если хотите убедить собеседника в чем-либо, дайте ему почувствовать, что убедить можно и вас, изобразите легкое сомнение);
- **«настройка на волну оппонента»** (умелая подача сигналов типа «Я такой же, как вы» путем копирования жестов, тональности голоса, стиля общения собеседника);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **«использование метода Сократа»** (с самого начала беседы не давать собеседнику повода сказать «нет», издалека подходить к теме основного разговора и принуждать партнера отвечать «да»; при этом следует избегать агрессивного принуждения, приносить комплиментарность в общение);
- **«избежание категоричных высказываний»** (высказывания типа «всегда», «никогда» провоцируют конфронтацию, порождают сомнения в сказанном; лучше использовать более мягкие варианты «очень часто», «иногда», «в большинстве случаев», «крайне редко» и т.п.);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **«использование «позитивных» вопросов»** (с помощью изменения формулировки, например, используя вариант «Вас ведь не затруднит это сделать?» вместо «Не затруднит ли вас это сделать?», можно отчасти управлять ответом собеседника);
- **«использование в общении «Вы-подхода»,** создающего состояние большего доверия, психологического комфорта, теплоты по сравнению с «Я-подходом» (например, использование фраз типа «Вас не затруднит выполнить это задание?» вместо фразы «Я хочу, чтобы вы выполнили это задание»);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **«использование в общении «Мы-высказываний»**, порождающих ситуацию сотрудничества, взаимного согласия (например, вместо фразы «Вы действительно заинтересованы в обсуждении этого вопроса?» использовать фразу «Мы с вами, безусловно, заинтересованы в обсуждении этого вопроса»);
- **«использование приема «Я-утверждение»**, с помощью которого передается отношение субъекта к какой-либо ситуации, описание желательного варианта ее развития без обвинений и явных требований (например, вместо фразы «Вы постоянно меня перебиваете» можно использовать вариант «Когда иногда вы меня перебиваете, я сбиваюсь с мысли, и мне бывает очень трудно сосредоточиться на главном и довести мысль до конца»).

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- Для обеспечения успешного общения следует избегать слов и действий, приводящих к **конфликту (конфликтогенов)**.

Основными проявлениями конфликтного поведения обычно являются:

- открытое недоверие;
- перебивание собеседника;
- принижение значимости его роли;
- подчеркивание различий между собой и собеседником не в его пользу;
- напоминание о проигрышной для собеседника ситуации;

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- устойчивое нежелание признавать свои ошибки и чью-то правоту;
- заниженная оценка вклада партнера в общее дело и преувеличение собственного вклада;
- постоянное навязывание своей точки зрения; неискренность в суждениях;
- резкое изменение темпа беседы, ее неожиданное свертывание;
- неумение выслушать и понять точку зрения собеседника;
- проявление превосходства в виде приказа, угрозы, обвинения, насмешки, издевок, безапелляционных высказываний (например, «Я уверен», «Я считаю», «Вне сомнения» и т. п.);

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- проявление агрессивности.

Формированию у партнера положительного впечатления в немалой степени способствует умение делать **комплименты**.

- В деловом общении **комплименты** — это слова, содержащие небольшое преувеличение достоинств, которые желает видеть в себе собеседник.
- Комплимент - один из приемов формирования аттракции в деловых отношениях.
- В *эффекте внушения* происходит как бы заочное удовлетворение мечты, желания, потребности человека в совершенствовании какой-то своей черты.

Вопрос 1. Приемы влияния на деловых партнеров

- **Комплимент** отличается от лести тем, что он содержит небольшое преувеличение, тогда как льстец сильно преувеличивает достоинства. Например: «Тебе очень идет этот цвет» (комплимент) и «Ты красавица» (лесть).
- **Лесть** намного грубее комплимента и чаще отвергается из-за неправдоподобности, но некоторым людям лесть нравится.
- В деловом общении преимущество принадлежит комплименту.
- **Не следует отождествлять комплимент и похвалу. Похвала** — это положительная оценка.

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

- **Манипуляция** — побуждение другого человека к переживанию определенных состояний, изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения партнером своих собственных целей.
- **К числу характеристик манипуляции** как метода воздействия на партнера можно отнести:
- манипуляция — это **вид духовного, психологического воздействия на человека** (группу, общество);

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

- Манипуляции имеют *скрытый характер воздействия*.
- Попытка манипулирования лишь тогда будет успешной, когда факт воздействия адресатом не осознается и конечная цель манипулятора ему неизвестна.
- Для манипулятора важно, чтобы адресат считал эти мысли, чувства, решения и действия своими собственными, а не «наведенными» извне, и признавал себя ответственным за них.
- Манипуляция предполагает *игру на человеческих слабостях* — «мишенях воздействия»

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

К таким слабостям относятся:

- чувство собственного достоинства,
- чувство собственности,
- финансовый достаток,
- власть,
- слава,
- служебное продвижение,
- общение,
- профессиональная квалификация,
- известность,
- враждебное отношение к непохожим на нас и пр.).

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

- В этом случае манипуляции возможны потому, что никто не желает показаться трусом, нерешительным, жадным, неумным.
- Наоборот каждый желает выглядеть достойно, быть великодушным, оказывать покровительство, получать похвалу и т. п.
- Манипуляция предполагает *побуждение к совершению определенного действия.*
- Манипуляции — важный элемент деловых отношений и могут быть конструктивно использованы в управленческой практике на уровне межличностных контактов в следующих целях:

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

1. для создания ореола руководителя организации или подразделения;
 2. для смягчения формы принуждения, обойтись без которого не удастся ни одному руководителю;
 3. для создания единой направленности желаний подчиненных на достижение целей организации.
- Руководитель вместо силового воздействия может управлять подчиненными незаметно, создавая у них иллюзию полной самостоятельности и свободы.

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

- В то же время руководитель должен быть внимательным и не допускать того, чтобы его подчиненные незаметно управляли им и использовали его в своих личных целях.
- Всю совокупность уловок-манипуляций, используемых в деловом общении (в спорах, дискуссиях, полемике), можно условно объединить **в три группы:**
 1. организационно-процедурные,
 2. психологические;
 3. логические манипуляции.

Организационно-процедурные манипуляции

Организационно-процедурные манипуляции могут быть использованы организаторами переговорного процесса, дискуссии.

- Они сориентированы либо на срыв обсуждения, либо на умышленное столкновение противоположных взглядов участников дискуссии с целью накалить атмосферу, либо на сведение переговоров к заведомо неприемлемому для оппонентов варианту обсуждения.
- К организационно-процедурным манипуляциям относятся следующие группы уловок:

Организационно-процедурные манипуляции

- **«формирование первичной установки»** (изначальное предоставление слова тем, чье мнение известно, импонирует окружающим и способно сформировать у них определенную установку на восприятие какой-либо информации);
- **«предоставление материалов лишь накануне»** (предоставление участникам взаимодействия рабочих материалов — проектов, контрактов, программ — незадолго до начала работы затрудняет ознакомление с этими материалами);
- **«недопущение повторного обсуждения»** (сознательно не допускается поступление новых, заслуживающих внимания данных, способных повлиять на выработку окончательного решения);

Организационно-процедурные манипуляции

- **«накал атмосферы»** (поочередное предоставление слова агрессивно настроенным оппонентам, допускающим взаимные оскорбления, ведет к тому, что атмосфера обсуждения накаляется до критической степени и может спровоцировать прекращение обсуждения);
- **«первоочередная преємственность в голосовании»** (предложения выносятся на голосование не в порядке поступления, а по степени их приемлемости для заинтересованной стороны с тем, чтобы колеблющиеся могли быстрее «отдать свои голоса»);

Организационно-процедурные манипуляции

- **«приостановка обсуждения на желаемом варианте»** (идея последнего по времени обсуждения варианта может сформировать нужную психологическую установку на восприятие необходимой информации);
- **«выборочная лояльность в соблюдении регламента»** (одни выступающие жестко ограничиваются в регламенте и характере высказываний, другие — нет);
- **«перерыв в обсуждении»** (перерыв объявляется в тот момент, когда может быть выработано неудобное и неприемлемое решение);

Организационно-процедурные манипуляции

- **«выпускание пара на несущественных вопросах»** (обсуждение начинается с второстепенных вопросов, и лишь после этого, когда участники дискуссии уже устали, на обсуждение выносится вопрос, который хотели бы обсудить без усиленной критики);
- **«избыточное информирование»** (готовится очень много проектов решений, которые просто невозможно сопоставить за короткое время обсуждения);
- **«потеря документов»** («случайно» теряются документы, способные негативно повлиять на ход обсуждения).

Психологические манипуляции

Психологические манипуляции основаны на использовании приемов, вводящих собеседника в состояние раздражения, играющие на его чувствах самолюбия и стыда. К ним относятся:

- **«раздражение оппонента»** (выведение его из состояния психического равновесия обвинениями, упреками, насмешками, с тем чтобы он сделал ошибочное заявление, прервал общение);
- **«использование непонятных слов»** (оппоненту неловко признать, что он не знает значения какого-либо слова);

Психологические манипуляции

- **«слишком быстрый или слишком медленный темп обсуждения»** (слишком быстрый темп обсуждения не позволяет партнеру «проанализировать» всю поступающую информацию, слишком медленный темп вынуждает оппонента подгонять партнеров, пропускать детали);
- **«перевод в сферу домыслов»** (полемика переводится в русло обличения, оппонента вынуждают либо оправдываться, либо объяснять то, что не имеет отношения к обсуждаемой проблеме);
- **«чтение мыслей на подозрении»** (смысл уловки в том, чтобы, используя вариант «чтения мыслей», отвести от себя возможные подозрения);

Психологические манипуляции

- **«отсылка к «высшим интересам» без их расшифровки»** (оппоненту намекают на то, что если он будет несговорчив в споре, это может затронуть интересы влиятельных людей);
- **«суждения типа «это банально», обвинение в нереальности идей»** (оппонента вынуждают эмоционально опровергать обидную для него, бездоказательную оценку);
- **«приучивание оппонента к какой-либо мысли»** (путем неоднократного повторения собеседника приучают к какому-либо бездоказательному утверждению, которое постепенно начинает казаться очевидным);

Психологические манипуляции

- **«недосказанность с намеком на особые мотивы»** (оппоненту намекают на то, что в данном случае можно сказать гораздо больше, но это не делается по каким-либо особым мотивам);
- **«ссылка на авторитет»** (уловка действует лишь в том случае, когда лицо, на мнение которого ссылаются, действительно является авторитетом для оппонента);
- **«ложный стыд»** (оппонента приводят в состояние, когда ему стыдно во всеуслышание признаться в незнании чего-либо);
- **«демонстрация обиды»** (угроза срыва взаимодействия из-за «обиды» партнера);

Психологические манипуляции

- **«авторитетность заявления»** (обороты типа «Я вам авторитетно заявляю» усиливают значимость высказываемых доводов);
- **«откровенность заявления»** (акцент делается на особую доверительность сообщения, следующего за этими словами, в отличие от того, что было сказано ранее);
- **«мнимая невнимательность и недопонимание»** (с помощью перефразирования или резюмирования делается попытка изменить смысл высказанных партнером идей);
- **«подмена истинности полезностью»** (спорящего убеждают в том, что своим благополучием он обязан именно тому тезису, который оспаривает);

Психологические манипуляции

- **«видимая поддержка»** (после отвлекающей, успокаивающей поддержки инициатор уловки раскрывает недостатки выдвинутых оппонентом доводов);
- **«сведение аргумента к личному мнению»** (оппонента вынуждают доказывать обратное, оправдываться);
- **«селекция приемлемых аргументов»** (использование односторонне подобранной информации для доказательства какой-либо мысли);
- **«рабулистика»** (искажение смысла высказываний оппонента путем преподнесения их как забавных и странных, провоцирование негодования, отказа от дискуссии);

Психологические манипуляции

- **«умалчивание или полуправда»** (сознательное утаивание информации от партнера или смешивание лжи и достоверной информации, выдергивание фраз из контекста, одностороннее освещение фактов, неточные или расплывчатые формулировки);
- **«принуждение к строго однозначному ответу, использование вопросов, требующих выбора из двух альтернатив, тогда как на самом деле есть и другие возможности»** (нередко воспринимается оппонентом как проявление принципиальности);
- **«нарушение личного пространства собеседника»** (слишком тесное приближение или даже касание);

Психологические манипуляции

- **«многовопросье»** (в одном вопросе оппоненту задается не один, а несколько разнородных и мало совместимых друг с другом вопросов, а далее в зависимости от ответа его обвиняют в непонимании сути проблемы, либо в том, что он не полностью ответил на вопросы);
- **поддразнивающие высказывания** («Тебя что, так легко расстроить», задеть, обмануть, заставить подчиниться?);
- **подзадоривающие высказывания** («Вряд ли ты сможешь это сделать!»);
- **«невинный» шантаж** («дружеские» намеки на ошибки, промахи и нарушения, допущенные адресатом в прошлом, шутливое упоминание о «старых грехах» или личных тайнах партнера);

Психологические манипуляции

- **преувеличенная демонстрация своей слабости, неопытности, неосведомленности, «глупости»** (для того чтобы вызвать у партнера стремление помочь, сделать что-либо за манипулятора, передать ему ценную информацию, научить его сделать что-либо).

Логические манипуляции построены на сознательных нарушениях основных законов и правил формальной логики или же, наоборот, на их умелом использовании в целях воздействия на недостаточно осведомленного оппонента.

Логические манипуляции

- **«неопределенность тезиса»** (нечеткая и неопределенная формулировка основного тезиса позволяет по-разному интерпретировать высказанную мысль);
- **«несоблюдение закона достаточного основания»** (доводы, суждения, аргументы верны, но не достаточны);
- **«порочный круг в доказательстве»** (данная уловка призвана доказать мысль с помощью ее же самой, только сказанной иными словами);
- **«причинно-следственный алогизм»** (рассуждения заведомо строятся на логической ошибке: «после этого — значит, вследствие этого», т. е. временная связь между явлениями сознательно заменяется причинно-следственной);

Логические манипуляции

- **«неполное опровержение»** (из высказанной системы доводов оппонента выбирается наиболее уязвимый довод, разбивается в резкой форме и создается впечатление, что остальные доводы не заслуживают даже внимания);
- **«неправомерные аналогии»** (в доказательстве используются аналогии, абсолютно не соразмерные с рассматриваемыми доводами).
- Конструктивное использование манипуляций призвано способствовать сохранению и развитию деловых отношений и личности партнеров.

Вопрос 2. Характеристика манипуляций в общении

- Обратное влияние манипулятивного общения на личность - когда в силу его частого употребления человек начинает считать манипулятивное общение единственно правильным.
- В этом случае все общение человека сводится к манипуляциям другими людьми (и тогда, когда это нужно, и когда это совершенно неоправданно).
- Также манипуляции становятся негативными, когда насилие над личностью превышает уровень, диктуемый спецификой работы.
- ***Коммуникативная культура предполагает умение не только конструктивно использовать манипуляции, но и противостоять им.***

Вопрос 3. Виды и способы аргументации в деловом общении

В речевой культуре делового общения аргумент обозначается как наиболее часто используемый элемент доказательства.

- Существуют различные виды аргументирования.
- Они могут отличаться друг от друга методикой организации, структурой и композицией, механизмом обмена аргументами и др.
- Выделяют:
 - **способы аргументации:** речь, доклад, лекцию, беседу;
 - **виды аргументации:** спор и диалог, полемика и дискуссия, дебаты и прения.

Вопрос 3. Виды и способы аргументации в деловом общении

Речь, доклад, лекция, беседа имеют следующие структурные, композиционные и концептуальные особенности:

- структура аргументации *речи, доклада, лекции, беседы* соответствует процессу однонаправленного характера по схеме: аргументатор — адресат;
- в этой схеме аргументатор является субъектом аргументации, а адресат — ее объектом;
- стороны аргументативного процесса отличаются по степени активности: аргументатор активен, адресат пассивен;
- разновидность аргументации не дает образца борьбы мнений, конфликта, игровой ситуации;

Вопрос 3. Виды и способы аргументации в деловом общении

- основой аргументирования служит однонаправленное действие, в частности, передача информации;
- обратная связь формулируется в неявной форме;
- поле аргументации остается неизменным, ибо определяется не ситуацией и не конфликтом мнений по поводу спорного положения, а структурой исходного текста, программой.

Виды аргументации спор и диалог, полемика и дискуссия, дебаты и прения зачастую рассматриваются как синонимы, однако необходимо их концептуально различать.

Спор как вид аргументации

- **Спор** квалифицируется как процедура, в которой один доказывает, что какая-то мысль верна, а другой — что она ошибочна.
- Споры не ставят своей целью выяснение правильности или неправильности того или иного взгляда, они ориентированы только на победу в споре, только на переубеждение противника.
- Спор ведется в неупорядоченных и неорганизованных формах.
- Спорщики в большинстве случаев избегают каких-либо правил и принципов (кроме собственных).

Спор как вид аргументации

Спор — это обмен мнениями, но он часто носит конфликтный характер.

Черты спора:

1. Субъектная структура характеризуется наличием минимум двух субъектов.
2. Субъекты спора равнозначны по роли в процессе обмена мнениями, степени активности, связям друг с другом.
3. Предметом спора является спорное положение, о котором каждая сторона имеет собственное мнение, называемое тезисом.
4. Различие позиций сторон, выраженное мнениями о спорном положении, делает спор обсуждением на уровне явления, а не на уровне сущности.

5. Тезисы сторон противоречат друг другу.
6. Обмен мнениями выражается в борьбе мнений.
7. Борьба мнений достигает своей высшей формы — конфликта, войны мнений, обсуждение приобретает вид опровержения, отклонения, отрицания, неприятия и др.
8. Поле аргументации, как правило, не бывает четко определенным. Его размытость обусловлена тем, что речь идет не о сущности, а о явлении и борьба ведется не основаниями, а мнениями.
9. Спор как вид аргументации не регламентирован ни в «процедурном», ни в пространственном, ни во временном отношениях.

Дискуссия как вид аргументации

- *Дискуссия как вид аргументации* нередко отождествляется со спором и с полемикой.
- Многие авторы рассматривают ее как деятельность, которая в отличие от спора не разъединяет, а соединяет.
- Термин «дискуссия» в переводе с латинского означает «исследую».
- Признаки дискуссии связаны с организованностью, упорядоченностью, коллективной деятельностью по прояснению истинности и ложности каждого тезиса.
- Дискуссия всегда стремится к всестороннему обсуждению предмета разногласий, а ее средствами служат не мнения сторон, а обоснованные позиции.

Основные черты дискуссии.

1. Субъектная структура внешне такая же, как и в споре. Но ее субъекты представлены не аргументатором и адресатом, не оппонентом и пропонентом, а соавторами в коллективном процессе обсуждения.
2. Тезисы сторон могут быть не только взаимоисключающими, но и взаимодополняющими.
3. Цель обсуждения состоит не в опровержении тезиса оппонента, а в установлении меры истинности и меры ложности каждого тезиса.
4. Дискуссия рассматривается как обсуждение предмета на уровне сущности.

Дискуссия как вид аргументации

5. В структурном отношении дискуссия регламентирована и организована.
6. Аргументация дискуссии развивается в процессе обмена мнениями по мере прояснения предмета разногласий.
7. Дискуссия может быть в форме научно-познавательной деятельности.
8. В отличие от спора с его конфликтностью и борьбой мнений, дискуссия тяготеет к компромиссу, подведению тезисов под общее основание, уточнению терминологии, обобщению методик, формированию единой методологии.

Полемика как вид аргументации

- *Полемика как вид аргументации* (в переводе с древнегреческого — «враждебный», «непримиримый») отличается не стилистически, а концептуально.
- Полемичность рассматривается не как тенденциозность, спорность, а как действительность в концептуальной противоречивости.
- Принцип отражения «подобного в подобном» означает, что невозможно исследование и обсуждение различных аспектов противоречивой действительности методом игнорирования указанных противоречий в теории.

Полемика как вид аргументации

- Полемика как форма организации аргументации наиболее полно способна выразить в себе различные противоречия.

Признаки полемики:

- 1) полемика — это борьба, конфликт мнений, дорастающих до противоречия;
- 2) в полемике средствами противостояния служат определенные мнения, доведенные до оснований.

Полемика - это концептуальный спор о сущности явления, смысл которой заключается в борьбе мнений.

3) если спор как борьба мнений заключается в утверждении собственного тезиса и опровержении, отрицании тезиса оппонента, то полемика — это отрицание, снятие основания противоположной стороны;

4) квалификация полемики как снятия противоположностей характеризует ее как определенную форму развития представлений о предмете обсуждения. Бескомпромиссность полемики обусловлена непримиримостью, противоположностью оснований, их антагонистическим характером;

5) в отличие от спора полемика ведется в организованных формах, но эта организованность не роднит ее с дискуссией.

Полемика как вид аргументации

- *Дискуссия регламентирована*, она обычно протекает в формах конференций, конгрессов, научных симпозиумов, в работе проблемных групп и т.п.
- *Полемика не имеет регламента*, она организована не конвенциями научного сообщества, а существующими в обществе стереотипами и нормами;
- б) полемика — это адекватная форма обсуждения вопросов, имеющих социально-политическое значение.
- Диспут, дебаты, прения как вид аргументации часто рассматриваются как равнозначные понятия.

Диспут, дебаты и прения как вид аргументации

- Отличительными чертами диспута, в отличие от спора, будут следующие:
 - 1) диспут — это всегда публичный спор (спор же может осуществляться и в межличностной форме);
 - 2) предметом диспута как публичного спора служит научная или общественно значимая тема;
 - 3) организационная структура диспута характеризуется широко варьируемой формой обсуждения: публичная защита тезисов, обсуждение диссертации и т.д.;
 - 4) в отличие от дискуссии диспут не только проясняет основания, но и утверждает позиции спорящих, что имеет доминирующее значение.

Вопрос 4 Техника и тактика аргументирования.

- Аргументация позволяет сформировать предварительное мнение, занять определенную позицию.
- С помощью аргументации можно полностью или частично изменить мнение, смягчить противоречия, критически рассмотреть положения и факты, изложенные противоположной стороной.
- В аргументации выделяют **две конструкции**:
 - а) **доказательность**, когда вы хотите доказать или обосновать,
 - б) **контраргументация** — вы опровергаете утверждения партнеров по переговорам.

Вопрос 4. Техника и тактика аргументирования.

- Для аргументирования обеих конструкций используют следующие методы.
 1. **Фундаментальный метод** представляет собой прямое обращение к собеседнику, которого знакомят с фактами и сведениями, являющимися основой доказательства.
- Если речь идет о контраргументах, то надо пытаться оспорить и опровергнуть доводы собеседника.
- Важную роль и здесь играют цифровые примеры, которые выглядят более убедительно.
- Цифровые данные во всех дискуссиях являются самым надежным доказательством.

Вопрос 4. Техника и тактика аргументирования.

- Это происходит потому, что в данный момент никто из присутствующих не в состоянии опровергнуть приведенные цифры.
- 2. **Метод противоречия** основан на выявлении противоречий в аргументации противника. Этот метод является оборонительным.
- 3. **Метод извлечения выводов** основывается на точной аргументации, которая постоянно, шаг за шагом, посредством частичных выводов приводит к желаемому выводу. Следует обращать внимание на так называемую кажущуюся причинность.
- 4. **Метод сравнения** имеет исключительное значение, особенно когда сравнения подобраны удачно.

5. Метод «да — но». Часто партнер приводит хорошо подобранные аргументы, но они охватывают только преимущества, или только слабые стороны.

- В данном случае надо спокойно согласиться с партнером, а потом начать характеризовать этот предмет с прямо противоположной стороны и трезво взвесить, чего здесь больше, плюсов или минусов.

6. Метод кусков заключается в расчленении выступления партнера, при этом целесообразно не касаться наиболее сильных аргументов, а ориентироваться на слабые места и пытаться опровергнуть именно их.

Вопрос 4. Техника и тактика аргументирования.

7. Метод «бумеранга» дает возможность использовать «оружие» партнера против него самого.

- Этот метод не имеет силы доказательства, но эффективен, если применять его с некоторой долей остроумия.
- Демосфен, известный афинский государственный деятель, и афинский полководец Фокион были заклятыми политическими врагами. Однажды Демосфен заявил Фокиону: «Если афиняне разозлятся, они тебя повесят». На что Фокион ответил: «И тебя, конечно, тоже, как только образумятся».

Вопрос 4. Техника и тактика аргументирования.

8. Метод игнорирования. Часто бывает, что факт, изложенный партнером, не может быть опровергнут, но зато его можно с успехом проигнорировать.

9. Метод опроса основывается на том, что вопросы задаются заранее. Не всегда целесообразно сразу открывать свои карты, но вопросы помогают выявить его позицию. Используя этот метод, можно вынудить партнера заранее изложить свою позицию.

Вопрос 4. Техника и тактика аргументирования.

10. Метод видимой поддержки. Ваш партнер изложил свои аргументы, теперь вы берете слово, но не возражаете ему, не противоречите, а, к изумлению всех присутствующих, приходите на помощь, для видимости, приводя новые доказательства в его пользу.

- Затем следует контрудар, например: «Вы забыли в подтверждение вашей мысли привести и такие факты...» — теперь наступает черед ваших контраргументов.
- Создается впечатление, что точку зрения партнера вы изучили основательнее. Этот метод требует особо тщательной подготовки.