

## МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНУВАТИ

Вінницький національний технічний університет

### Анотація

У статті досліджено переконання як засіб соціального й маніпулятивного впливу. Описано якості, якими зазвичай володіють люди, здатні переконувати. Представлено техніку переконання співрозмовника та запропоновано поради.

### Ключові слова:

переконання, опонент, переконувач, співрозмовник, аргумент.

### Abstract

The article describes the qualities that people are usually capable of persuading, also describes the interlocutor's persuasion technique and tips provided.

### Keywords:

persuasion, position, interlocutor, pace, negotiation, benefits, facts.

Переконання – елемент світогляду, що надає особистості або соціальній групі впевненості у знаннях й оцінках дійсності. Переконання спрямовують поведінку і вольові дії. Вищий (абсолютний) ступінь переконаності в багатьох уособлює віра. Людина, яка вміє переконувати інших, володіє великим даром. Арістотель – філософ, що жив більше 2300 років тому, – називав переконання «мистецтвом спонукати людей робити те, чого вони зазвичай ніколи б не зробили, не попроси ви їх про це». Філософ наголошував, що люди, які вміють переконувати, як правило, володіють такими якостями:

- 1) *ethos* (етос) – характер оратора, що розкривається в процесі спілкування. Викладені таким промовцем ідеї повинні бути правдоподібними, вселяти довіру;
- 2) *patos* (емоції), які відчуває аудиторія. Арістотель зазначав, що переконати слухачів може тільки та промова, яка викличе в них емоції;
- 3) *logos* (логіка) – конкретні слова, вимовлені оратором. У розумінні Арістотеля для того, щоб нав'язати аудиторії свій погляд, потрібно ретельно добирати слова, цитати і факти.
- 4) дедукція – висновок, зроблений від загального до часткового;
- 5) індукція – це узагальнення від часткового до загального [1,1].

Теоретичною основою дослідження проблеми маніпуляції стали роботи сучасних психологів-науковців, які аналізували маніпулятивний вплив у контексті міжособистісної взаємодії (Е. Шостром, Г. Шиллер, А. Добрович, Д. Волкогонов, В. Знаков, О. Сидоренко, В. Сагатовський, П. Таранов, О. Доценко, Р. Гарифуллін, Є. Ільїн, В. Шейнов, В. Панкратов ) та соціального впливу в масових комунікативних процесах (Б. Бесонов, О. Бойко, Ю. Крижанська, В. Третьяков, Т. Кабаченко, Є. Волков, Г. Грачов, І. Мельник, О. Дмитрук, Г. Почепцов, М. Присяжнюк, Ю. Шерковін, А. Моль, Ю. Єрмаков, В. Конєцька, Р. Харрис, М. Чукас, Г. Шишков). Аналіз публікацій з проблеми маніпулятивного впливу доводить, що тему активно досліджують, автори дають власні визначення терміна “маніпуляція”, по-різному ставляться до явища маніпулятивних впливів, починаючи від відвертого осуду, закінчуючи виправданням маніпуляторів.

У посібнику з психології «Психологія впливу», автором якої є експерт у галузі соціальної психології та психології впливу доктор Роберт Б. (1984), визначено 6 принципів переконання:

1. Принцип взаємності, суть якого полягає у відчутті обов'язку давати щось людям в обмін за надані послуги. Потрібно дати будь-що, через якийсь час, але не відразу попросити що-небудь натомість. Не варто просити щось еквівалентне: можна отримати навіть більше.

Надаючи послуги людям, потрібно переконатись, що вони знають, що отримують. Необхідно розповісти про своє щире бажання допомогти. В ідеалі вартість і кількість зусиль, з одного боку, повинні бути низькими, а для іншого боку – високими.

2. Принцип зобов'язання і послідовності – потрібно завжди узгоджувати свої зовнішні дії і обіцянки з переконаннями і цінностями. Даючи обіцянку, потрібно вважати за обов'язок зробити все, щоб її

дотримати. Приймаючи рішення, приємно відчувати, що це правильний вибір. Роблячи щось, що не відповідає переконанням і цінностям, варто змінити ці внутрішні аспекти, щоб бути послідовним.

3. Принцип соціального доказу – повторюючи дії інших людей, особливо якщо невпевнені у своїх знаннях і досвіді, необхідно показати оточенню, як інші роблять те, що вимагають від них.

4. Принцип влади й авторитету полягає в тому, що досить часто особи поступаються іншим, які домінують. Уважаючи когось професіоналом у певній справі, особливо коли людина стверджує щось як істинне, з великою часткою ймовірності співрозмовник повірить йому, не ставлячи питань. Ми також схильні підпорядковуватися тим, хто володіє яскраво вираженою мовою тіла.

5. Принцип симпатії – швидше можуть переконати особи, які викликають симпатію. Необхідно бути доброзичливими, демонструвати іншим, що вони до вподоби, щиро цікавитись думкою інших. Дві речі підсилюють симпатію: схожість і похвала. Якщо показати, що людина схожа на вас, і зробити правдивий комплімент, є ймовірність змінити погляди цієї особи.

6. Принцип дефіциту – бажаним є те, що неможливо отримати в майбутньому. Психологи стверджують, що менш доступні речі є більш бажаними. Якщо є вибір отримати це зараз або в майбутньому, усі обирають зараз. Причому не факт, що цей предмет або послуга взагалі потрібні.

Дефіцит працює через очікуваний жаль. Страх, що є можливість не отримати чогось у майбутньому, уявляючи його й ті негативні емоції, які виникнуть. Потреба в цій речі перемагає раціональне мислення [6,1].

Серед методів переконання, що дійсно працюють, виділяють:

1. Метод зняття напруженості вимагає встановлення емоційного контакту з співрозмовником, створення доброзичливої атмосфери. Для цього достатньо кількох слів. Вчасно й доречно сказаний жарт сприяє розрядці напруженості й створює позитивну психологічну обстановку для обговорення.

2. Метод «зачіпки» дозволяє коротко викласти ситуацію і, пов'язавши її зі змістом бесіди, використовувати як вихідну точку для проведення обговорення проблеми. З цією метою можна з успіхом використовувати якісь події, порівняння, особисті враження, анекдотичний випадок або незвичайне питання.

3. Метод стимулювання уяви припускає постановку на початку бесіди безлічі питань за змістом тих проблем, які повинні бути розглянуті. Цей метод дає позитивні результати, коли виконавець свідомо аналізує проблему.

4. Метод прямого підходу передбачає безпосередній перехід до справи без будь-якого вступу або преамбули. Схематично це виглядає наступним чином: коротко повідомляють причини зібрання засідання і переходять до їхнього обговорення.

У процесах переконання особливу роль відіграють аргументація й докази, які бувають логічними й психологічними, але під час практики розрізнити їх надто важко. З одного боку, логічні докази підкріплюються прийомами, які впливають на почуття, а з іншого боку, на почуття впливають докази, які, на думку слухача, є логічними.

Є два основні шляхи логічного доказу:

- 1) викликати позитивне ставлення до своєї пропозиції;
- 2) викликати негативне ставлення до інших думок.

У свою чергу логічні методи поділяють на індуктивні та дедуктивні.

Допоможуть обґрунтувати власні погляди та переконати опонента такі інструменти:

1. Щирість. Навіть якщо мовець обурений, збуджений, потрібно зберігати спокій і самовладання, інакше методи переконання не будуть працювати. Варто щиро посміхатися. Для того, щоб здобути прихильність співрозмовника, треба бути відкритим і налаштованим на бесіду.

2. Впевненість у своїй правоті. “Горе мені, якщо мої переконання будуть коливатися в залежності від биття мого серця,” – стверджував Йоганн Фрідріх Шиллер [5, 1]. Перед тим, як переконувати людину, необхідно проаналізувати власну думку та чітко переконатись у тому, що обраний погляд є правильним. Адже іноді може виявитись, що людина помилялася.

3. Повага до співрозмовника незалежно від його переконань. Думку опонента потрібно поважати в будь-якому випадку. Можна урізноманітнити власні переконання нейтральними зауваженнями. Досвідчена в мистецтві суперечки людина наполягає на своїй думці, але з посмішкою. І погоджується з співрозмовником. Треба серйозно сприймати співрозмовника. Погляд опонента теж гідний поваги! Майстерність переконання не в тому, як переконати людину, а як зробити так, щоб опонент сам змінив свої погляди.

4. Темп розмови. Варто спробувати нав'язати темп співрозмовнику. Однак не потрібно робити це різко і грубо. Співрозмовникам треба бути на одній хвили. Важливо, щоб опонент підхопив темп і тембр голосу, але ні в якому разі не навпаки. Для цього, після сказаної мовцем фрази, переконувач повинен намагатись говорити тим же темпом, що і він (повільно або швидко), а в кінці своєї відповіді він обов'язково прискорює або уповільнює темп. Таким чином, переконувач не просто створює зручні йому умови для переговорів, але й опонент підсвідомо розуміє, що грати треба за його правилами.

5. Уміння поставити себе на місце опонента. Необхідно говорити однією мовою. Перед тим, як переконати людину, прийняти якісь умови, треба уявити себе на її місце. Зауважити переваги, цікаві співрозмовнику. Так опонент перетворюється в прибічника, і йому мимоволі доводиться відмовлятися від оборонної позиції.

6. Незважаючи на тему суперечки, не можна оперувати лише фактами, якщо опонент – людина освічена, він цілком спроможний спростувати ваші аргументи. У такому випадку можна дуже довго щось доводити і нічого не довести.

7. Доцільно аргументи подавати у формі риторичних запитань. Хоча цей метод здається парадоксальним, проте, він є одним з найефективніших у спростуванні аргументів опонента.

8. Подолання опору. Якщо вдалося пройти попередні етапи, то співрозмовник стає більш прихильний до опонента. Іншими словами, деякі захисні бар'єри подолані. Як повністю переконати людину у власній правоті? Треба формулювати питання так, щоб співрозмовник погоджувався, ставив емоційні питання, створювати комфортну атмосферу.

9. Час – потужна техніка переконання. Що більше часу особа проводить з іншими, то чіткіше вони її розуміють і вона має більшу здатність впливати на них. Час сприяє довірі.

10. Необхідно примусити людей передумати, перш ніж вони скажуть «ні». Ніхто не здатний читати думки, проте можна зрозуміти реакцію за мімікою. Губи, складені певним чином — злегка стислі і округлені, – свідчать про те, що співрозмовника не влаштовують почуті слова і він з ними не згоден.

Отже, переконати – означає логічними аргументами довести або спростувати будь-яке твердження. Це, певною мірою, логічна задача, розв'язання якої не представляє особливих труднощів. Однак результати дослідження в галузі сучасної психології дозволяють зробити висновок про те, що більшість мовців занадто оптимістично оцінюють свої можливості переконувати. І це при тому, що багато їхніх зустрічей з аудиторією, за образним висловом Е. Сінклера, схожі на зіткнення двох більярдних куль, які різко клацають і розлітаються в різні боки, не змінюючи при цьому ні своєї форми, ні кольору, і не залишаючи один на одному сліду [4,1].

Уміння переконувати - ефективна навичка, яку можна розвинути. Якщо ви вирішили стати профі в переконанні кого завгодно в чому завгодно, будьте готові попрацювати. Найголовніше – бути впевненим і чесним, оскільки такі люди заряджають своєю енергією оточення, а чесність підкуповує. Людина відчуває, що вам можна довіряти. Якщо ви підкріпите це ґрунтовними знаннями в обговорюваній темі, цікавими фактами, переконливими аргументами та приємним спілкуванням, успіх неминучий.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джеймс Борґ .Сила убеждения. Искусство оказывать влияние на людей./ Джеймс Борґ. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/blog/3508>
2. Кшеминский Г. 6 принципів впливння Чалдини/ Кшеминский Г.– Режим доступу : <https://4brain.ru/blog/%d0%bf%d1%80%d0%b8%d0%bd%d1%86%d0%b8%d0%bf%d1%8b-%d0%b2%d0%bb%d0%b8%d1%8f%d0%bd%d0%b8%d1%8f-%d1%87%d0%b0%d0%bb%d0%b4%d0%b8%d0%bd%d0%b8/>
3. Лапыгин Ю.Н.Девять методов бесспорного убеждения и аргументирования. – Режим доступу: Девять методов бесспорного убеждения и аргументирования/Лапыгин Ю.Н. – Режим доступу: <http://www.elitarium.ru/metody-ubezhdeniya-pravilo-vozhdejstvie-sobesednik-mnenie-sochuvstvie-beseda-obsuzhdenie-argumentirovanie-motiv-zhelanie-dokazatelstvo-povedenie>
4. Рэй Джет. Умение убеждать людей./ Рэй Джет.– Режим доступу: <https://raydget.ru/1665-umenie-ubezhdad-lyudej>
5. Шафер Д. Миттево завоювати прихильність так само просто, як нахилити голову і посміхнутися/ Шафер Д. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/style/blogs/mistectvo-perekonannya-9-sposobiv-vpliniti-na-lyudej-50026769.html>
6. Шейнов В.П. Мистецтво переконувати./ Шейнов В.П. - Режим доступу: [https://pidruchniki.com/87047/dokumentoznavstvo/mistetstvo\\_perekonuvati](https://pidruchniki.com/87047/dokumentoznavstvo/mistetstvo_perekonuvati)

*Анна Боданівна Олійниченко* – студентка групи ІСТ-196, факультет комп'ютерних систем та автоматки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

**Науковий керівник Алла Сергіївна Стадній** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: stadniy.alla@ukr.net;

**Олійченко Анна В.** – Department of Computer Systems and Automation, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

**Supervisor Stadnii Alla S.** – Candidate of Philological Sciences (Ph. D.), Associate Professor at the Department of Linguistics, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: stadniy.alla@ukr.net;