

А.Ю. Панасюк

Как убеждать в своей правоте
современные психотехнологии
убеждающего воздействия

Москва
«Книга по Требованию»

УДК 159.9
ББК 88
А11

А.Ю. Панасюк
А11 Как убеждать в своей правоте: современные психотехнологии убеждающего воздействия / А.Ю. Панасюк – М.: Книга по Требованию, 2012. – 355 с.

ISBN 978-5-458-54136-7

Эта книга о том, как отстаивать свою правоту, как убеждать людей, а это значит, о том, как аргументированно доказывать, как умело защищаться от некорректных приемов контрубеждения; как (и когда!) воздействовать не столько на сознание, сколько на подсознание собеседника; как расположить собеседника к себе.

Написанная в жанре диалога с читателем, эта книга по сути является своеобразным учебником по психотехнологии убеждающего воздействия используем в том числе и при дистанционном обучении психотехнологиям убеждающей коммуникации. Она адресована всем, кто имеет дело с людьми (врач, педагог, судья, продавец).

ISBN 978-5-458-54136-7

© А. Ю. Панасюк
© «Книга по Требованию», 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

УВАЖАЕМЫЙ МОЙ ЧИТАТЕЛЬ!	15
<i>Глава I. УЧИТЕСЬ НА ЧУЖИХ ОШИБКАХ!</i>	19
1. “Чем мне поможешь, психолог?”	19
2. Правда ли, что “нет времени”?	20
3. Убеждать и навязывать — “две большие разницы”?	22
4. Когда же надо убеждать?	24
5. Примеры из жизни	25
5.1. Купить мебель или автомобиль?	25
5.2. “Не ходи в плохую компанию”	25
5.3. “Спорная межа” на дачном участке	25
5.4. “Дайте мне кредит...”	26
5.5. Объединить капиталы: “А на каких условиях?!”	26
5.6. Как они делили Энский флот... ..	26
6. А знают ли они, с какой целью убеждают?	27
7. От чего же зависит, примет он нашу точку зрения или нет — архиглавный вопрос!	28
8. “Главное — достичь взаимопонимания”, или Три стереотипные ошибки при общении	30
9. Первый закон психологии убеждающей коммуникации: “Понять — не значит принять”	33
10. Доказать или убедить?	39
11. “Доказать — не значить убедить” — второй закон психологии убеждающей коммуникации	40
12. Теория и практика о третьем законе психологии убеждающей коммуникации	44
13. Два “лица” одной личности: рациональное и иррациональное	45

14. Четвертый закон психологии убеждающей коммуникации — закон формирования аттракции	49
15. Заключение, или Так как же его убедить?	51

Глава II. ЧТОБЫ БЫЛО ПОЛНОЕ ПОНИМАНИЕ!.. 53

1. Что я делаю, когда я понимаю...	53
2. Шесть обстоятельств, способствующих тому, чтобы люди Вас понимали	54
3. Что Вам следует делать, чтобы Вас понимали...	58

Глава III. “ВОТ МОИ АРГУМЕНТЫ!”

ПСИХОТЕХНОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА

“Я — СОЗНАНИЕ” ВАШЕГО ПАРТНЕРА 62

1. “Лучший экспромт — хорошо подготовленный экспромт”. Подготовка “экспромт-аргументов”	62
2. Что есть тезис, а что есть аргумент?	64
3. Надо ли учиться, чтобы не делать ошибок?	65
4. Зачем нужны аргументы?	66
5. Если аргумент не принимается — это не аргумент (а субтезис)	67
6. Два требования к Вашим аргументам	68
7. “Модель убеждающего воздействия”	68
8. Первое правило (логики) формулирования Ваших аргументов — “соответствие действительности”	69
8.1. Иллюстрации к “модели убеждающего воздействия”	70
8.2. Иллюстрации к примерам из жизни	71
8.2.1. Аргументы мужа и жены (автомобиль или мебель?)	71
8.2.2. Аргументы родителей и дочери (о нехорошей компании)	73
8.2.3. Аргументы дачника (“спорная межа”)	74
8.2.4. Аргументы мелкого бизнесмена (как получить кредит?)	75
8.2.5. Аргументы президентов компаний (как объединиться?)	76
8.2.6. Аргументы глав государств (флот: кому сколько?)	77
9. Второе правило (логики) формулирования Ваших аргументов — “логическая связь с тезисом”	78
9.1. Иллюстрации к “модели убеждающего воздействия” — все ли аргументы оказались аргументами?	79

9.2. Иллюстрации к примерам из жизни — все ли аргументы оказались аргументами?	82
9.2.1. “Хочу автомобиль,” или Как с законами логики у мужа и жены?	82
9.2.2. Логика аргументов родителей и дочери (правда ли, что это “нехорошая компания”?)	83
9.2.3. Аргументы дачника (“спорная межа”) не аргументы	84
9.2.4. Несостоятельные аргументы мелкого бизнесмена	85
9.2.5. Настоящие аргументы президентов компаний	85
9.2.6. Аргументы глав государств (о флоте) проверку на законы логики не выдержали	86
9.3. Исправим ошибки в примерах из жизни — поможем мужу, дочери, бизнесмену...	87
10. Первые результаты нашей учебы — блин не комом	90
11. Законы психологии людей сильнее законов логики	92
11.1. Почему Лиса поступила нелогично?	92
11.2. Люди не всегда в ладу с логикой...	92
12. “Личный интерес — прежде всего!” Первое правило психологии формулирования аргументов	93
12.1. Система ценностей человека — главный мотор его активности	93
12.2. Как усилить аргумент? — Через “личный интерес”!	94
12.3 Так ли это очевидно? — Примеры из жизни говорят — нет!	98
12.4. “Он же должен... причем тут личный интерес?!”	99
12.5. Как слушатели искали личный интерес министра...	100
12.6. Психологический механизм действия “личного интереса”, или О стратегии поведения людей	102
12.7. “Автор, Вы склоняете к взяткам!”, или Поговорим об ошибках Октябрьской революции	104
12.8. Иллюстрации к примерам из жизни, или Как внести в аргументы “личный интерес”	106
12.9. Иллюстрации к поиску “личного интереса” на “модели убеждающего воздействия”	113
13. “Индивидуальный подход — в жизнь!” Второе правило психологии формулирования аргументов	116
13.1. Как слушатели, группируя аргументы, выдавали себя...	116
13.2. Иллюстрации к учету “индивидуальности” на примерах из жизни	118

14. Резюме: законы логики и законы психологии в Вашей аргументации	120
15. Построим аргументы в “боевые порядки”	121
15.1. С каких аргументов начинать: с сильных или слабых?	123
15.2. “Эффект установочного фона”, или Как убеждать негативно настроенного... ..	123
15.3. “Эффект края”, или Как убеждать позитивно настроенного... ..	124
15.4. “А если его настрой неизвестен?”	125
15.5. Порядок предъявления Вами аргументов	126
15.6. Иллюстрации к порядку предъявления на “модели убеждающего воздействия”	126
15.7. Иллюстрации к порядку предъявления на примерах из жизни	127
15.7.1. В каком порядке аргументировать желание купить автомобиль?	128
15.7.2. “Бизнесмен, вот порядок Ваших аргументов!”	131
16. Как еще повысить результативность? или Решаем дилемму “упреждать — не упреждать”	133
16.1. А у него могут быть и контраргументы!	133
16.2. Если не упреждать контрдоводы... ..	134
16.3. А может быть, лучше упредить? или Спасите его лицо!	135
16.4. Правило упреждения	136
17. Поищем черную кошку в темной комнате? или Когда не нужно упреждать... ..	136
18. Отступление. Снова о “манипулировании сознанием” ...	139
19. Что лучше: “упреждать” или “искать черную кошку”? ...	140
20. Итак, как же аргументировать свою правоту... или Вместо резюме	141
21. Ситуации “рационально неразрешимых противоречий” ..	142
21.1. “Барьер вероятности”	143
21.1.1. “...Да не простужусь, мама!”	143
21.1.2. “...А я говорю: будут неприятности!”	145
21.1.3. Дискуссия в депутатской комиссии	146
21.1.4. Типичные ошибки преодоления “барьера вероятности” ..	147
21.2. “Барьер значимости”	148
21.2.1. “...Да не холодно, мама!”	148

21.2.2. Выговор — это пустяк?	149
21.2.3. Типичные ошибки преодоления “барьера значимости” ..	151
22. Иррациональность — путь преодоления “барьеров вероятности и значимости”	154

Глава IV. “КАК ПОЛЮБИТЬ ХАНА?”:

ПСИХОТЕХНОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА “Я-ПОДСОЗНАНИЕ” ВАШЕГО ПАРТНЕРА	155
1. Если аргументы бессильны, обойдемся и без них, или Зачем, убеждая, располагать к себе?	155
2. Альтернатива аттракции (воздействию на подсознание) — просто приказать!	157
2.1. Педагоги считают: принуждение лучше убеждения (?)	158
2.2. Аттракция или принуждение: все познается в сравнении... ..	159
3. Еще раз о “манипулировании” — проблема или “проблема”?	162
3.1. Манипулирование: воздействие на подсознание с корыстной целью	162
3.2. “Здравствуйте”, “спасибо” — и это тоже манипулирование	163
3.3. Техника воспитания — суть техники манипулирования. . .	167
4. Как воздействовать на подсознание, или Психологический механизм расположения людей к себе. .	168
4.1. “Какого цвета галстук лектора?”, или Подсознание человека — хранилище бездны информации.	169
4.2. Психологический принцип формирования аттракции (притяжения людей к себе).	172
5. Вербальные психотехнические приемы воздействия на подсознание партнера	172
5.1. Прием “Имя собственное”	172
5.1.1. Этика или психология?	172
5.1.2. Почему так принято?	174
5.1.3. Уговорим Верочку-“пулеметчицу”?	175
5.1.4. Правда ли, что этот сигнал приятный?	177
5.1.5. Встреча в автобусе.	178
5.1.6. Когда Вас называли не Вашим именем....	179

5.1.7. Когда Ваши тезка — плохой человек.....	180
5.1.8. Звук собственного имени — сигнал “для аттракции”.....	181
5.1.9. Почему такие сигналы притягивают партнера?	181
5.1.10. Психологический механизм возникновения аттракции	182
5.1.10.1. Назвать по имени — проявить интерес к личности. Аргументация.	182
5.1.10.2. Внимание к личности — утверждение этой личности	183
5.1.10.3. Утвердить личность — сделать ей приятное	184
5.1.10.4. Сделать человеку приятное — вызвать притяжение к себе	184
5.1.11. Сложно ли применять?	185
5.1.12. Что надо этому Иванову?	186
5.1.12.1. Почему они говорят “Алло”?	186
5.1.12.2. Зачем мне нужно, чтобы она представилась?	187
5.1.12.3. Как запомнить имя звонящего?	188
5.1.13. “А я всегда так делаю” — почему неправда?	189
5.1.14. Второй подводный риф	190
5.1.15. Прием “Имя собственное” как средство психологической диагностики	190
5.1.15.1. Когда в подсознании “люблю”, а в сознании “ненавижу”... ..	190
5.1.15.2. Почему Вы не называете коллегу по имени.....	192
5.1.16. Любит ли он жену и сына?	193
5.1.17. Про школу, или Почему не называют по имени.....	194
5.1.18. Почему повеяло холодом?	196
5.1.19. Потренируемся в сбербанке?	197
5.1.20. Правда ли, что плохая память?	198
5.1.21. О некоторых приемах запоминания имен	200
5.1.22. Сделайте себе визитную карточку	203
5.1.23. Как запомнить Хадзисмела Тазретовича?	205
5.1.24. Не будьте формалистами	205
5.1.25. Есть ли противопоказания?	205
5.1.26. Правда ли, что “сядет на шею”?	207
5.2. Прием “Золотые слова”	209
5.2.1. “Золотые слова”, комплименты, лесть — “кто есть кто”	209
5.2.2. “Вам сегодня делал кто-нибудь комплименты?”	211
5.2.3. Главное — чтобы комплимент не заметили	213
5.2.4. Умеете ли Вы делать комплименты?	214
5.2.4.1. А как он-то считает?	215
5.2.4.2. Правила формулирования комплиментов	216
5.2.4.3. Поможем начинающему?	218

5.2.5. О “комплиментах стопроцентного действия”	219
5.2.6. Как же действуют “золотые слова”?	222
5.2.7. Есть ли противопоказания?	224
5.2.8. “Золотые слова” и деловое совещание — совместимы ли? . . .	226
5.2.9. И снова — о ситуации наказания	228
5.3. Отступление. Ситуация наказания и приемы расположения к себе — совместимы ли?	229
5.3.1. Наказание: понять или принять?	229
5.3.2. Каков к.п.д. наказания?	230
5.3.3. Величать ли подсудимого по имени-отчеству?	231
5.3.4. Еще один прием?	233
5.3.5. Наказание и... комплименты, или Техника разговора-наказания	235
5.3.5.1. Первая часть — “Позитивный фон”	235
5.3.5.2. Переход — “Двойное лицо”	237
5.3.5.3. Вторая часть — “Выговор”	237
5.3.5.4. Переход — “Личная просьба”	238
5.3.5.5. Третья часть — “Валидол”	238
5.3.6. Психотехнология “последнего разговора”, или “Формула увольнения”	240
5.3.7. Повернем судью к психологии	242
5.3.8. И мама наказывает тоже по науке.	244
5.3.9. “Не судите, да не судимы будете”	245
5.4. Прием “Любимая тема”	251
5.4.1. “Кастовая тема” — у кого какая?	251
5.4.2. Механизм возникновения аттракции по “закону Маугли”	253
5.4.3. История “о цветочках”	255
5.4.4. Так поговорим “о цветочках” или...	259
5.4.5. Взвесим ценности...	261
5.4.6. Выбор ценностей — тест на профпригодность?	263
5.4.7. Поговорим и об Уголовном кодексе.	265
5.4.8. Кто пострадал от разговора “о цветочках”?	266
5.4.9. А что, если все так будут делать?	267
5.4.10. Будем лицедействовать? Будем!	268
6. К проблеме кинетических психотехник воздействия на подсознание.	271

Глава V. “ОН ПЕРВЫМ НАЧАЛ!”

ПСИХОТЕХНОЛОГИЯ КОНТРВОЗДЕЙСТВИЯ	275
1. Иллюзия и память. Психотехника “Перо и бумага”	275
2. Возражать, соглашаясь. Психотехника “Да — но”	280

2.1. Что приемлемо для этики, не всегда приемлемо для психологии	280
2.2. Правила формулирования “согласной” части ответа	282
3. Психотехнология защиты от манипулятивных воздействий	287
3.1. Манипулятивные приемы игнорирования (блокировки) ваших аргументов	289
3.1.1. Защита от манипулятивного приема “Перевод разговора на другую тему”	289
3.1.2. Защита от манипулятивного приема “Анекдот”	293
3.1.3. Защита от манипулятивного приема “Глушение”	294
3.1.4. Защита от манипулятивного приема “Мнимое забывание аргументов”	295
3.2. Манипулятивные приемы опровержения (девальвации) ваших аргументов	296
3.2.1. Защита от манипулятивного приема “Опровержение Ваших аргументов ссылкой на ваши слова с иной их интерпретацией”	296
3.2.2. Защита от манипулятивного приема “Опровержение Ваших аргументов приписыванием Вам того, что Вы не говорили”	297
3.2.3. Защита от манипулятивного приема “Опровержение Ваших аргументов упреком, что Вы “Вот ни слова не сказали о...””	299
3.2.4. Защита от манипулятивного приема “Опровержение Ваших аргументов ссылкой на формально действительную Вашу некомпетентность в этой области знаний”	300
3.2.5. Защита от манипулятивного приема “Опровержение Ваших аргументов ссылкой на авторитетную цитату	302
3.3. Манипулятивные приемы ”Аргументирования”	304
3.3.1. Защита от манипулятивного приема “Заговаривание”	304
3.3.1. Защита от манипулятивного приема “Перевод стрелки”	305
3.3. Манипулятивные приемы “Провоцирования конфликта”	305
3.4.1. Защита от манипулятивного приема “Мелкие уколы”	305
3.4.2. Защита от манипулятивного приема “Явное оскорбление”	306
Резюме	310