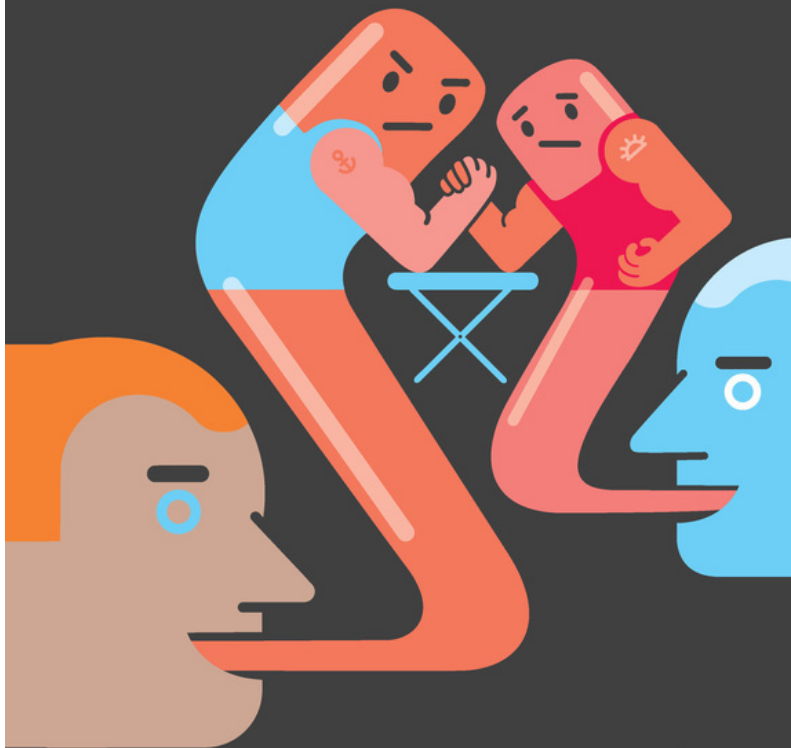


Джонатан Херринг

Искусство полемики

Как дискутировать энергично,
убедительно, уверенно



Джонатан Херринг
Искусство полемики. Как
дискутировать энергично,
убедительно, уверенно
Серия «Практические
навыки для бизнеса»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11080152

*Искусство полемики. Как дискутировать энергично, убедительно,
уверенно / Джонатан Херринг: Претекст; Москва; 2012
ISBN 978-5-98995-077-5*

Аннотация

Искусство полемизировать – ценное качество, необходимое как в деловой, так и в семейной жизни каждому человеку. Четкое и убедительное изложение своих позиций, грамотное и доброжелательное аргументирование своих доводов в споре могут помочь лучше понимать чужие мнения и найти взаимовыгодный путь вперед.

Книга состоит из двух частей. В первой части автор предлагает десять Золотых правил спора, применимых к самому широкому кругу ситуаций. Во второй части рассматриваются различные

конкретные ситуации, в которых часто возникают споры, и примеры применения сформулированных автором правил. Одно из основных правил гласит – берегите добрые отношения!

Книга предназначена для широкого круга читателей.

Содержание

Введение	7
Часть 1. Десять Золотых правил спора	10
Глава 1. Золотое правило 1: Будьте подготовлены	11
Глава 2. Золотое правило 2: Когда полемизировать, а когда уйти	25
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Джонатан Херринг

Искусство полемики. Как дискутировать энергично, убедительно, уверенно

Jonathan Herring

HOW TO ARGUE

POWERFULLY PERSUASIVELY POSITIVELY

© Jonathan Herring, 2011

Prentice Hall LIFE
is an imprint of
PEARSON

Переводчик – Ирина Сацевич

Данный перевод книги «HOW TO ARGUE:
POWERFULLY, PERSUASIVELY, POSITIVELY», первое
издание, печатается с разрешения Pearson Education Limited.

Prentice Hall LIFE

Если жизнь такова, какой мы ее делаем, то эта книга научит, как сделать свою жизнь лучше. То новое, что мы открываем для себя сегодня, способно изменить нашу жизнь завтра – изменить наше мышление, поставить перед нами другие цели или открыть новые возможности либо просто побудить нас иначе строить свою жизнь. Поэтому мы подготовили новую серию изданий, которая поможет вам в этом. Хотите быть более уверенными в себе, реже попадать в стрессовые ситуации, приобрести новые качества или иную перспективу самосовершенствования? Наши книги помогут вам изменить жизнь к лучшему. Мы познакомим вас с самыми блестящими идеями и лучшими приемами управления своей жизнью, способами сделать ее благополучной. Надеемся, что на этих страницах вы найдете советы, нужные вам для жизни, которую вы хотите вести. Вперед, помогите себе!

Жизнь такова, какой **вы** ее делаете.

Введение

Вы терпеть не можете спорить и всеми способами избегаете таких ситуаций? Или постоянно проигрываете в спорах? Или, возможно, даже тогда, когда побеждаете, чувствуете, что все это бесполезно?

Если так, то эта книга – для вас. Она научит вас правильно аргументировать свое мнение. Вы увидите, что можете четко и убедительно изложить свою позицию. Она поможет вам также находить убедительные ответы на доводы оппонентов.

Некоторые люди (в частности, юристы и дети) любят споры, но большинство избегают их. Иногда это хорошо, но далеко не всегда. Уклонение от спора может означать, что вы оставляете проблему нерешенной, и она просто заматывается под ковер. Невыясненные вопросы, подавленная обида могут испортить отношения или создать трения на работе.

В этой книге вы познакомитесь с более верными способами вести полемику. Кричать и навязывать свое мнение не обязательно. В грамотном споре нет места воплям, пустым пререканиям и дракам, хотя до этого слишком часто доходит. Состязания в крике редко приносят пользу кому-либо. Мы должны относиться к аргументации своих доводов как к искусству и технике.

Умение вести полемику энергично, но спокойно, рационально и твердо – очень ценное качество на работе и в жизни.

ни. Оно может отточить ваш ум, помочь вам проверить свои теории и достичь своих целей. Избежать споров все равно невозможно. Поэтому важно научиться вести споры грамотно. Аргументы должны быть доброжелательными. При спорах с друзьями хорошим аргументом может быть шутка или ободрение. Аргументы могут прояснить суть дела, что облегчит понимание проблемы и избавит от скрытого недовольства. Иногда доводы необходимы для достижения ваших целей: если вы не будете приводить веские доводы в пользу повышения своей зарплаты, вам ее, возможно, никогда и не повысят!

Целью полемики должно быть лучшее понимание чужих мнений, обмен идеями и поиск взаимовыгодных путей вперед. Poleмики нередко получают плохие отзывы в прессе. Но это потому, что люди часто плохо аргументируют свои позиции. И вот с этим нужно покончить!

«Целью спора должна быть не победа, а прогресс».

Карл Поннер

Пolemика должна вести к лучшему пониманию как точки зрения другого человека, так и своей собственной. Многие люди всю жизнь просто не понимают, например, как кто-то может быть социалистом, верить в Бога, поддерживать охоту на лис или любить французские фильмы. Это происходит потому, что они не обсуждают такие вопросы с теми, с кем они не согласны. Они не излагают свои позиции и не подвергают их проверке мнениями других людей. Просто пора-

зительно, как много у людей предубеждений по отношению к тем, кто отличается от них. «Это удивительно, я поговорил со сторонником консервативной партии на другой день, и все было прекрасно», — сказал мне как-то приятель. Только в беседах с людьми, несогласными с вами, вы можете сделать собственные доводы более ясными и лучше понять чужие мнения.

Данная книга состоит из двух частей. В первой части излагается то, что я называю десятью Золотыми правилами спора. Они применимы к самому широкому кругу ситуаций: от споров с боссом до обсуждений дел с партнерами и спора со слесарем-сантехником. Да, они работают даже тогда, когда вашим оппонентом является сантехник! А во второй части рассматриваются различные конкретные ситуации, в которых часто возникают споры. Там мы применим эти Золотые правила на практике.

Часть 1. Десять Золотых правил спора

В этой части я изложу десять Золотых правил спора. Они помогут вам в любом споре, который вам придется вести. Понимание их позволит вам быть более убедительным в споре с любым оппонентом. Эти Золотые правила применимы к любым спорам: дома, на работе, в игре и даже в бане!

Глава 1. Золотое правило

1: Будьте подготовлены

Эти парни готовы стоять на своем. Подготовленность к спору – ключ к успеху. Иногда доводы сами приходят в голову, но не всегда. Возможно, вас ждет трудное деловое совещание или трудная беседа. В этом случае подготовленность к ним дает большое преимущество.

Чего вы хотите?

Прежде чем начинать разговор, хорошенько подумайте, о чем вы намерены говорить и чего вы хотите. Сказанное может казаться банальностью, но это очень важно. Чего вы реально хотите добиться в результате обсуждения проблемы? Вы хотите, чтобы другой человек просто понял вашу точку зрения? Или вам нужен какой-то осязаемый результат? В последнем случае вы должны спросить самого себя, реалистичен ли этот нужный вам результат и достижим ли он. Если он нереалистичен или недостижим, словесные баталии могут только испортить ценные отношения.

Допустим, вы хотите получить прибавку к жалованью. Вы хотите обсудить это со своим начальником. Хорошо подумайте, реалистична ли ваша цель. Может быть, компания в это время проводит сокращение и резко урезает бюджет? Ес-

ли так, ваши шансы получить прибавку, скорее всего, равны нулю, и просить о ней мало смысла. Но можете ли вы сделать что-то другое, чтобы увеличить свою зарплату? Можете вы попросить о продвижении на более высокую должность? Повысить свою квалификацию? Предложить сделать что-то дополнительное для компании? Обдумайте все возможные варианты, прежде чем начинать разговор. Всегда вступайте в разговор, имея четкое представление о том, чего вы хотите добиться.

Формулирование аргументов

Готовясь к спору, хорошо продумайте, как представить свою позицию логичным образом. Впрочем, репутация у логики неважная.

«Логика – это искусство уверенно двигаться по ложному пути».

Джозеф Круч

Люди часто отказываются от логики. Существует даже предположение, что логика – это некий умный способ подставить подножку тем, кто не «натаскан» в логике. На самом деле в ней нет ничего чудесного. Правда, ученые, профессионально занимающиеся логикой, разработали правила восхитительной сложности, но освоить повседневную логику вовсе не трудно.

Логика оперирует понятиями «посылка» и «вывод». По-

сылка – это некий факт, на основе которого делается логический вывод. Например: «Я люблю боевики, поэтому мне нравятся фильмы про Джеймса Бонда». Здесь посылкой является то, что я люблю боевики, а то, что мне нравятся фильмы про Джеймса Бонда, – логическим выводом. Иногда, для того чтобы сделать вывод, требуется несколько посылок. В сложных спорах из исходной посылки можно сделать несколько логических выводов. Рассмотрим изящный пример аргументации:

«Причинами зла в мире являются как нравственные пороки, так и недостаток знаний [посылка]. Но способа искоренения нравственных пороков человечество пока не нашло... В отличие от этого недостаток знаний легко восполняется способами, известными всем профессиональным педагогам. Поэтому, пока не будет найден какой-то метод обучения добродетели, прогресса нужно искать на пути усовершенствования знаний, а не морали [вывод]».

Бертран Рассел

Хороший аргумент должен включать в себя не только изложение вашего мнения, но и доводы в его обоснование. Плохи аргументы, которые представляют собой просто многократные повторения сторонами своих мнений.

Неправильно:

Боб: «Стирка – не мужское дело. Мужчины не запрограммированы на это».

Мэри: «Вздор».

Боб: «Нет, мужчины просто устроены иначе, чем женщины».

Мэри: «Это гендерная дискриминация».

Боб: «Совершенно очевидно, что у женщин мозги устроены иначе».

Мэри: «Ты не знаешь, о чем говоришь».

Это типично для многих споров. И Боб, и Мэри только повторяют друг другу свои мнения. Никакой возможности для движения вперед это не дает. Дело в том, что они просто заявляют о своих точках зрения, не предлагая никаких их обоснований. Если бы кто-то из них спросил: «А почему ты так считаешь?» или «Чем ты можешь подтвердить свое заявление?», дело могло бы сдвинуться с мертвой точки. Они могли бы начать полезное обсуждение, которое помогло бы обоим понять, почему оппонент думает именно так.

Поэтому, если вы хотите быть убедительным в споре, вы должны начать с представления фактов (посылок), которые оппонент мог бы признать истинными, а затем сделать из них логический вывод. При этом вы должны гарантировать, что:

- 1) ваши факты (посылки) истинны;
- 2) ваши выводы следуют из них с необходимостью.

Факты

О фактах нужно сказать несколько больше.

Использование фактов

Факты необходимы во многих обсуждениях и спорах. Прежде чем начинать любой спор, важно запастись информацией о предмете спора. Если вы начнете спор о преимуществах Европейского валютного союза с профессором экономики, прочтя лишь несколько блогов об этом союзе, вы наверняка проиграете. Вы не добьетесь и прибавки к зарплате, если не будете знать, сколько получают другие работники такого же уровня в вашей компании и в других компаниях. Спорить без фактов – это все равно что лепить снежную бабу из холодной воды.

Поиск фактов

Если вы не родитель, обращающийся к своему ребенку, или не чрезвычайно уважаемый человек, заявление «потому что я так говорю», не принесет вам успеха. Свои доводы вам нужно будет подтверждать фактами. Для большинства людей главным источником информации служит Интернет, хотя хорошо известно, что сведениями из него следует пользоваться с большой осторожностью.

СОВЕТ. Во многих поисковых системах есть кнопка «Scholar» («Знаток»), которая сразу выводит на научные работы. Этот источник заслуживает большего доверия, чем блоги, но имейте в виду, что язык этих материалов может оказаться вам совершенно непонятным.

Считать утверждения истинными лишь потому, что они

широко известны, опасно. Вот примеры таких широко известных утверждений.

- Золотая рыбка запоминает маршрут всего на несколько секунд. Это неверно: эксперименты показали, что она способна ориентироваться в сложных лабиринтах.
- Туалет со смывом изобрел Томас Крэппер. Это неверно: его изобрел сэр Джон Харрингтон еще в 1596 году.
- Сбритые волосы растут быстрее. Это неверно: бритье не ускоряет рост волос и не делает их толще или жестче.

Разумеется, источниками информации могут служить также библиотеки, газеты, журналы и друзья. Нужно только проверять надежность этих источников.

Надежность информации

- Надежность информации очень важна, и относиться к ней следует со всей серьезностью. Лучшим источником могут быть исследования группы или организации, авторитетной для вашего оппонента. Если у вас нет доступа к ним, желательно ссылаться на нейтральную или очень уважаемую организацию. Сведения о том, что есть слишком много мяса вредно, полученные от небольшой группы влияния, гораздо менее убедительны, чем те же сведения от Всемирной организации здравоохранения. Поэтому смотрите: кто проводил исследования? есть ли вероятность, что они были пристрастны? это авторитетная организация или небольшая группа влияния?

- Какой источник информации может быть наиболее авторитетным для вашего оппонента? Если ваш оппонент – креационист (верящий в божественное сотворение мира), все сказанное атеистом может быть для него подозрительным. Однако сошлитесь при споре с ним на работу исследователя-христианина, и он, возможно, поверит вам скорее. В противном случае ему легче будет отвергнуть исследование как «предвзятое».

- Если вы хотите привлечь для подкрепления своих доводов статистику, непременно узнайте, как велика была выборка. В статистических исследованиях обычно проводится опрос какой-то группы людей, и на основании полученных ответов делаются обобщения. Скажем, если на тему, любят ли они рисовые блинчики Marmite Food Co., были опрошены 100 человек и 38 из них ответили «да», делается вывод, что их любят 38 % людей. Разумеется, при этом не имеется в виду, что опрошен был каждый человек во всем мире, но принимается допущение, что если блинчики от Marmite Food Co. любят 38 % опрошенных, то это с большой вероятностью отражает мнение людей вообще. Однако для такого обобщения очень важен размер выборки. Если вы зададите тот же вопрос двоим и один из них ответит «да», вряд ли это можно будет считать свидетельством того, что эти блинчики любит половина человечества. Глупо думать, будто мнения двух человек отражают мнения всего населения. Обычно, чем больше выборка, тем более надежным можно считать

результат. Если в работе не указано, сколько человек опрошено, будьте подозрительны. Очень подозрительны!

- Второй вопрос в отношении статистики: насколько представительна выборка? Всегда выясняйте, кого опрашивали. Когда опрашивают только посетителей музея компании Marmite, не стоит удивляться, если любящих ее продукцию окажется большинство. Особенно настороженно относитесь к формулировкам вроде такой: «86 % позвонивших нам согласны, что...». Если человек обращается за помощью в группу влияния, он, вероятнее всего, одобряет ее цели. И нельзя считать, что такие люди выражают мнения всего человечества. Лучше всего использовать статистические исследования, в которых выборка представляет широкий срез населения: в качестве подтверждения ваших доводов их результаты будут более убедительны.

Исследование показало, что 70 % опрошенных курильщиков пытались бросить курить, но ни один не сумел этого сделать. Это кажется ужасной новостью для тех, кто хочет бросить курить. Но ведь опрашивали только тех, кто курит! Чему же удивляться, если среди них не оказалось бросивших.

- Будьте внимательны к тому, что утверждается. Особенно к формулировке «на величину до». Если свидетельства в пользу аргумента говорят, что уровень загрязнения повысился на величину до 35 %, это значит, что 35 % – это верхний предел результатов наблюдений, а среднее значение, ко-

торое может быть гораздо меньше, не указано. Берегитесь также исследований, показывающих, будто люди «возможно» что-то «обдумывают». Если опрос показал, что больше 50 % респондентов раздумывают, стоит ли пользоваться воздушным транспортом, это вряд ли доказывает, что люди стали меньше летать!

- Остерегайтесь ответов «возможно» и «не знаю». Рассмотрим опрос на тему «Следует ли Соединенному Королевству выйти из Европейского союза», где в опросном листе предлагаются три варианта ответа: «да», «нет» и «не знаю». Вообразите, что 15 % ответили «да», 20 % ответили «нет» и 65 % ответили «не знаю». Из этих данных можно сделать как вывод, что 85 % опрошенных не поддерживают выход Соединенного Королевства из Европейского союза, так и вывод, что 80 % опрошенных поддерживают сохранение членства Соединенного Королевства в Европейском союзе.

- Будьте осторожнее в отношении процентов. Возьмите вымышленное утверждение, будто употребление кофе увеличивает риск сердечного приступа на 35 %. Оно вполне может побудить вас отправиться в ближайший бар выпить от отчаяния. Но не спешите. Подобная статистика очень лукава. Во-первых, нужно понять, кого касается этот риск: людей определенного возраста, тех, у кого такие приступы уже случались, или «среднего человека»? Во-вторых, нужно подумать о том, что является главным источником риска сердечного приступа. Можно ведь сказать, что прогулка в сельской

местности увеличивает для вас риск быть убитым астероидом на 300 %. Едва ли вас это озаботит, поскольку этот риск отнюдь не самый главный. Так что устрашающее, на первый взгляд, увеличение риска совершенно не имеет значения, если первоначальный риск очень мал.

Из всего сказанного можно извлечь два урока. Во-первых, если вы хотите использовать статистические данные, выберите самые лучшие: из надежного источника, с большой выборкой и четкими выводами. Во-вторых, если статистику использует ваш оппонент, задайте ему некоторые из представленных выше вопросов. Возможно, это позволит вам объяснить ему, почему ваши данные намного убедительнее, чем представленные им.

Объяснение статистических данных

Не думайте, что чем больше статистических данных вы представите, тем будет лучше.

Немногочисленные, но правильно преподнесенные данные могут быть гораздо убедительнее длинного потока цифр, который усыпит слушателей и собьет их с толку. Лишь наиболее закаленные поклонники статистики способны выдержать больше двух статистических примеров за беседу. Если нужно, вы всегда можете сказать: «У меня есть множество статистических данных, которыми я мог бы воспользоваться, но позвольте мне представить вам только эти две работы».

Представляйте статистические данные умело. Возможно, вы обращаетесь к людям, знакомым с использованием статистики, но часто люди воспринимают ее с трудом. В таких случаях лучше всего прибегать к наглядным представлениям, обращенным конкретно к отдельному человеку. Например, вместо того чтобы говорить: «Домашнее насилие испытывают 25 % женщин», лучше сказать: «Если у вас в комнате 20 женщин, можете ожидать, что пять из них испытывают домашнее насилие». Это не только делает статистику более понятной, но и производит большее впечатление.

СОВЕТ. Если статистика касается денег, и вы хотите показать, насколько дорого обойдется что-то, приводите конкретный пример, понятный отдельным людям: «Если деньги, которые должны пойти на покупку мебели для приемной, разделить между присутствующими здесь, всем хватит на двухнедельный отдых во Флориде».

Очень легко впасть в ошибку, которая встречается слишком часто: делать обобщения типа «Всем известно...», «Как всегда бывает...». Эти всеобъемлющие обобщения просто напрашиваются на опровержение одним исключением, которое докажет ложность утверждаемого. Невозможно опровергнуть лишь очень немногие из таких утверждений, поэтому избегайте обобщений.

Избегайте любых обобщений – кроме данного!

Представление аргументов

Ключевым элементом подготовки к любому противостоянию мнений является не только упорядочение фактов и доводов, но и продумывание того, как представлять их. В какой-то мере это зависит от того, будет ли происходить полемика на собрании, в личной беседе или на презентации. Но основные принципы всегда одни и те же.

Четко объясните, что вы отстаиваете и почему

С самого начала дать понять, что вы отстаиваете и почему, очень полезно. Рассмотрите такой пример вступления:

«Компания должна поддержать покупку дома № 3 по Нью-стрит. Я представляю вам три довода в пользу этого. Во-первых, это принесет нам значительную прибыль. Во-вторых, нам требуется дополнительная площадь. В-третьих, это улучшит образ нашей компании в глазах общества».

Выступающий с самого начала дает понять, чего он добивается, и объясняет слушателям мотивы, представляя три факта, свидетельствующих в пользу его предложения. Подобным образом полезно повторить все представленные аргументы в конце выступления:

«Итак, мы увидели, что принятие предложения о покупке дома № 3 по Нью-стрит принесет нам значительную прибыль. Нам отчаянно нужна дополнительная площадь, и покупка этого здания решит проблему. Наконец, принятие этого

предложения намного улучшит образ компании в глазах общества. Я убедительно прошу принять это предложение».

Обратите внимание, что во вступлении и заключении доводы в пользу предложения представлены в простейшей форме. Совершенно очевидно, что в промежутке может понадобиться сказать гораздо больше, но начинайте и завершайте выступление тремя ключевыми положениями в поддержку вашего предложения.

СОВЕТ. Есть хорошо известное правило: скажите людям, о чем вы собираетесь говорить, затем изложите свои соображения и потом снова скажите, о чем вы говорили. Это очень полезная рекомендация.

Одно из преимуществ повторения состоит в том, что оно помогает фактам проникнуть в сознание. Не менее чем трехкратное повторение – излюбленный прием рекламщиков. Если вы пять раз услышите, что данный продукт убивает всех известных микробов, вы поверите в это.

Краткие выводы

Хорошо готовьтесь к спорам. Проверьте все факты. Тщательно подбирайте важнейшие доводы, на которые вы хотите опираться. Уясните для себя, какие основные положения вы хотите представить и как лучше изложить ваши аргументы.

Практические советы

Запишите все, что вы хотите сказать, используя следующую структуру:

- посылка;
- поддерживающие факты и доводы;
- заключение.

Ваши записи должны быть краткими. Прочтите их три раза громким голосом и неспешно. Когда дойдет до спора, будь то с врачом, женой (мужем) или электриком, вы должны уметь говорить как бы экспромтом и убедительно. Естественно, обращайтесь к своим записям, если сочтете это полезным.

Глава 2. Золотое правило 2: Когда полемизировать, а когда уйти

Наверняка, каждому из вас случалось участвовать в спорах, оставлявших ощущение, что они происходили не вовремя и в неподходящем месте. Уметь понимать, когда вступать в полемику, а когда уклоняться, жизненно важно. Прежде чем вступать в полемику, всегда спросите себя, подходят ли для нее данное место и данное время. Не лучше ли уйти и вообще отказаться от спора или перенести его в другое место и на другое время?

Вступление в полемику

Подумайте, в частности, о следующем.

- Может ли принести полемика полезный результат?
- Где лучше полемизировать – в приватной обстановке или на публике?
- Есть ли у вас сведения, нужные для продуктивной полемики?
- Чувствуете ли вы себя эмоционально готовым к полемике?
- Готова ли эмоционально другая сторона к тому, чтобы выслушать ваши доводы?

Рассмотрим эти пункты по отдельности.

Может ли данная полемика быть продуктивной?

Мало смысла вести спор, если он никому не может принести ничего хорошего. Вообразите себя на деловой встрече, организованной для того, чтобы поддержать новый бизнес. Вы представляетесь солидного вида человеку, который вскоре сообщает вам, что он – глава местного охотничьего общества. Вы – решительный противник охоты. Вы можете затеять разговор о моральной стороне охоты, но едва ли он будет продуктивным. Вряд ли у вас найдутся доводы, которых он не слышал раньше. В атмосфере этой встречи вы не сможете прочесть длинную лекцию о недостойности охоты. Ваше выступление ни к чему не приведет и даже может нанести ущерб вашему бизнесу. Лучше всего сразу отойти или перевести разговор на другую тему.

Или представьте себя на рождественском семейном обеде, где дядя Джефф начинает выступать с гомофобскими замечаниями, которые вы считаете недопустимыми. Возможно, в другое время и в другом месте с ним стоило бы поспорить, но рождественский обед для этого явно не подходит. Результат спора здесь вполне предсказуем: вы с дядей Джеффом поссоритесь, а для остальных членов семьи обед будет испорчен. Оставьте спор до другого раза.

Есть люди, настолько эмоционально заикленившиеся на своих воззрениях, что переубедить их вряд ли удастся. Вы едва ли сумеете в ходе одной беседы убедить человека, например, в том, что его вера ошибочна. Вы можете надеяться только

заронить сомнения, и человек, возможно, когда-нибудь задумается над вашими аргументами.

Полезный пример:

«Какие свидетельства вам нужны, чтобы вы переменили свои взгляды?»

Это «контрольный» вопрос: если человек считает, что никакие свидетельства не убедят его в ошибочности его представлений, – это упертый фанатик. Бегите от него!

Никогда не спорьте с фанатиками – это пустая трата времени.

Приватность или публичность?

Этот вопрос может быть важным, особенно в контексте бизнеса. И нужно каждый раз хорошо продумывать его. Когда уместнее спорить – один на один с оппонентом или в группе? Продумать нужно следующие позиции.

- **Конфиденциальность.** Если в ходе обсуждения придется затронуть конфиденциальные темы (неважно, касающиеся вас или кого-то другого), вести его нужно только в приватной обстановке, чтобы не нарушить конфиденциальность.
- **Уверенность.** Когда вы чувствуете себя увереннее – когда с вами есть кто-то еще или когда вы один? Если вы хотите иметь кого-то рядом, то кого именно?
- **Официальность.** В какой обстановке вы чувствуете себя спокойнее – официальной, например на совещании, или в неофициальной?

- **Опасения.** Если вы знаете, что другой человек может быть агрессивным или неприятным, возможно, общаться с ним лучше при свидетелях или на публичных совещаниях. В присутствии других такие люди менее склонны к агрессии, а если даже начнут нападать, то есть надежда, что у вас найдутся заступники.

- **Поддержка.** Есть ли люди, согласные с вами? Если да, то ваши доводы, представленные группой ваших единомышленников, будут весомее.

Располагаете ли вы всей нужной информацией?

Любой ценой уклоняйтесь от споров, к которым вы не подготовлены. Как уже сказано в Золотом правиле 1, обладание ключевой информацией жизненно важно. Нет ничего постыдного в том, чтобы сказать: «Мне нужно еще подумать над темой, прежде чем я смогу высказать свое мнение. Давайте поговорим об этом завтра». Может случиться, что в ходе обсуждения темы будет представлена информация, прежде вам неизвестная. В этом случае также лучше взять перерыв. Он вам может понадобиться, чтобы прочесть материалы, представленные оппонентом, или получить какие-то дополнительные цифры.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.