

Методы речевых манипуляций

БРА-19-01 Решетникова Виктория

- Манипуляция человеческим сознанием может осуществляться за счёт различных средств, в том числе и за счёт языка. Лингвистические средства манипулирования - один из предметов исследования такой науки, как когнитивная лингвистика. Причём результаты подобных исследований интересны как учёным в данной области, так и простым обывателям, главным образом, в аспекте практического применения. Речевая манипуляция стала отдельным предметом лингвистики не так давно, потому, несмотря на популярность темы в наше время, её аппарат ещё не до конца сложился: в том числе, пока на данный момент не существует чёткой классификации всех приёмов манипуляции.

- Для начала выясним, что такое речевая манипуляция. В многочисленных исследованиях на эту тему даются различные определения. В широком смысле под речевым воздействием понимается речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности и мотивационной обусловленности. По мнению В.Е. Чернявской речевая манипуляция есть речевое воздействие, направленное на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий; как скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата. Цель речевой манипуляции - склонить манипулируемое лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов.

1. Аргумент в начале просьбы.

- Озвучивая какую-либо просьбу, нужно начинать не с самой просьбы, а с аргументов в её пользу. Во-первых, здесь работает метод "края", и запоминаются первые и последние фразы вашей речи. Во-вторых, в этом случае человек акцентирует внимание на самом аргументе, а это очень важно, ведь просьба без аргумента имеет мизерные шансы на положительное воздействие. Например, сравните две просьбы зятя, который хочет отправить свою тещу в деревню:
 - Мама, уезжайте в деревню, там чище воздух и для вашего здоровья это будет лучше
 - Мама, воздух в деревне чище, и для вашего здоровья будет лучше уехать в деревню

2. Используйте при убеждении метод "потому что".

- При озвучивании своей просьбы, обязательно говорите слова "потому что". Это придает речи некую аргументированность, даже если последующие слова не объясняют причины просьбы.
- Например:
- Я хороший специалист и надеюсь, что вы поддержите мою идею.
- Я надеюсь, что вы поддержите мою идею потому, что я хороший специалист

3. Правило "Сократа".

- Доказано, что, когда человек слышит слово "нет", в его организме выделяются гормоны норадреналина, которые настраивают его на борьбу. Согласитесь, не очень приятно слышать в ответ на свою просьбу "нет". А уж если вы сами сказали "нет", то заставить вас поменять точку зрения сложно, даже если вы поймете, что она нерациональна.
- Слово "да", напротив, способствует выделению в организме человека гормонов сродных эндорфину - гормону счастья.
- Поэтому правило "Сократа" гласит: "задайте два вопроса, на которые собеседник точно ответит "да", затем задавайте ключевой вопрос".
- Прекрасная погода, не так ли?
- Вы тоже любите солнце?
- Выпьем кофе?

3. Правило "Сократа".

- Это могут быть не только вопросы, а и утверждения, с которыми человек наверняка согласится, и которые происходят в настоящий момент.
- Например:
- Вы наверное уже устали.
- Наверняка думаете, когда бы пойти на перерыв.
- Возможно вы хотите сконцентрировать внимание на этом пункте, чтобы побыстрее закончить подсчеты.

4. Выбор без выбора.

- Мнимое предоставление выбора человеку, когда вы задаете вопрос не столько о самом выборе, сколько о методах его реализации, или каких-либо технических деталях. Например, в нижеприведенных вопросах подразумевается, что решение о подписании договора уже принято; согласие на поход в кино уже получено; вопрос только в том, как будет сформулирован ответ "да":
- Где вам удобно подписать договор у нас в офисе или на нейтральной территории?
- На какой фильм пойдем, мелодраму или комедию?
- Каким будет твой положительный ответ?

5. Работа в поле интересов собеседника.

- Хотите быть убедительным - говорите в поле интересов собеседника. Люди любят говорить о том, что они больше всего знают. А знают они лучше всего себя. Самое интересное в жизни человека связано с ним самим. По этой причине слова "мой", "моё", "наш", "нам", "о нас" и т.д., являются одними из самых часто употребляемых слов в лексиконе. И, чтобы получить лояльность собеседника, говорите о его проблемах, о его возможностях, о нем. Слова "я, мы, мне" поменяйте на "Вы, Вам, Ваш, мы с Вами".

5. Работа в поле интересов собеседника.

- Например:
- - Я хочу предложить... - у Вас есть возможность
- - Мы не можем осуществить поставку... - Вы получите товар в другой удобный для Вас день
- - Я могу это сделать вовремя... - Вы получите это вовремя
- - Когда я могу это обсудить с Вами?.. - Когда мы с Вами можем это обсудить?
- - Я сейчас объясню Вам... - Сейчас мы вместе разберемся...